

CUM SĂ FACI BANI ONLINE

Descoperă **3** metode concrete și
peste **36** de pași exacti



IN 2023
FĂRĂ BUGET SAU EXPERIENȚĂ



**Prin acest eBook beneficiezi
gratuit de informații valoroase și
educație complexă pentru care
s-a investit peste \$30,000 din
partea lui Andrei Valentin, cât și a
mentorilor din Gruparea Richest.**

În semn de recunoștință pentru oportunitatea primită, aș
aprecia dacă poți investi **CHIAR ACUM** 10 secunde pentru a
da **share acestui eBook pe Instagram Story**. Nu uita să îmi
dai tag la **@andrei.valentin** pentru a te reposta și eu.

Pentru tine sunt doar 10 secunde, dar 10 secunde care pot
avea un mare impact pozitiv și pot schimba viața unei
persoane care e la început de drum și are nevoie de direcție
și îndrumare. Totodata, eu voi aprecia implicarea ta.

***P.S. Asigură-te că îmi dai și un follow pe Instagram fiindcă
vei beneficia des de mai multe informații valoroase și
surprize pe story.***

IMPORTANT:

Cum este NECESAR sa citești acest eBook

Apropiații cu care m-am sfătuit mi-au spus să nu lansez GRATUIT toate informațiile astea într-o așa ordine și mare detaliu fiindcă nu vor fi valorificate cum trebuie...mi-au spus că ar trebui să am măcar un preț de \$4-\$5 la carte încât oamenii să ofere mai mult interes după ce o descarcă.

Dar eu am știut ce impact am avut cu prima mea carte lansată care a fost totodată descărcată de peste 35 de mii de oameni și a adus sute de rezultate...o carte gratuită.

Așa că am vrut să o ofer și pe aceasta, din nou gratuit.

Tocmai pentru a avea un impact cât mai mare și în speranța de a schimba cât mai multe vieți.

Sper doar să nu mă dezamăgești pentru decizia mea...
PENTRU ASTA VREAU SĂ APLICI URMĂTOARELE SFATURI
ESENȚIALE CA ACEST EBOOK SĂ ÎȚI ADUCĂ CU ADEVĂRAT
REZULTATE REALE:

Vreau să tratezi întreaga carte că pe o carte adevărată...nu că pe un ziar pe care îl vei răsfoi doar după plac. Ți-am aplicat deja un rezumat al ideilor și totul va fi explicat cât mai concret și direct posibil...încât să poți parcurge cartea într-un timp rapid și să te pui pe treaba.

2

După cum am spus, îmi doresc să te și pui pe treaba...de asta nu ți-am scris o carte de 500 de pagini (cu toate că o putea face cu ajutorul a peste 5 ani de experiență în afaceri), dar mi-am dorit că tu să parcurgi cât mai rapid ideile și să treci direct la practică...fără acțiune nu vei ajunge nicăieri.

Vei observă că deja ți-am aplicat pașii exacti...deci nu ai nevoie să iei notițe. Trebuie doar să citești cu mare atenție și fără sărite cartea de 2-3 ori și să pui pașii în practică cât mai exact și rapid posibil. Eficiența și rapiditatea sunt cheia în ziua de azi...nu mă dezamăgi prin a lălai lucrurile.

3

Vei observă că am scris cartea pe 2 coloane, tocmai pentru a fi mai ușor de citit pe telefon și tableta. Vei citi mereu coloana din stânga și apoi cea din dreapta înainte de a trece la următoarea pagină.



DESPRE AUTOR

Andrei "THE SHARK" s-a popularizat datorită succesului sau în Dropshipping și vânzări online în multiple domenii.

Nu și-a atins succesul peste noapte și nici nu a fost ajutat din exterior, ci a muncit pe cont propriu încă de la 17 ani, 16-18 ore pe zi, în fiecare zi.

Expertiza principală fiind în marketing și promovare, a reușit personal să producă milioane de dolari în vânzări online prin intermediul afacerilor deținute. Proiecte printre care se numără în mod principal multiplele magazinele de dropshipping, 2 agenții de marketing, brandul personal, și în cele din urmă, Gruparea Richest.

Andrei a ajutat sute de oameni în mod direct prin mentorat și colaborare să atingă cu succes rezultate în vânzări online și totodată, a influențat pozitiv zeci de mii să se educe despre afaceri prin videoclipurile postate pe YouTube și materialele gratuite.

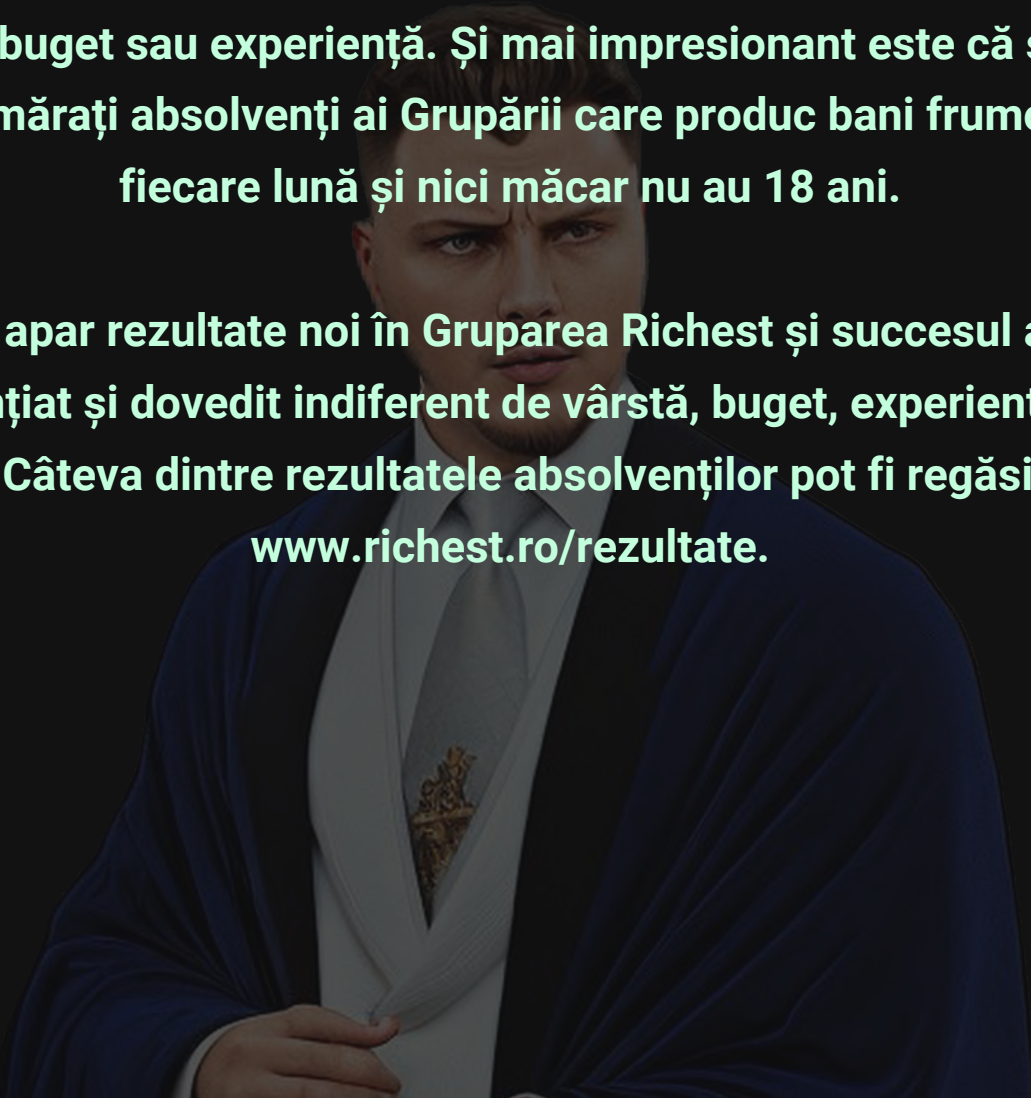
DESPRE AUTOR

A reușit să construiască comunitatea #1 de Dropshipping din România, având peste 30 de mii de membri și mii de oameni au avut încredere să investească bani în serviciile oferite...datorită acestor lucruri, Andrei a reușit să genereze sute de mii de euro în rezultatele studenților lui și a oamenilor cu care a colaborat.

În cele din urmă, Andrei a lansat Gruparea Richest în August 2022, fiind și cel mai recent proiect lansat de Andrei pe brandul personal.

Cu un succes evident, mii de oameni au acționat deja asupra Grupării Richest și au început să producă bani online, mulți chiar fără buget sau experiență. Și mai impresionant este că sunt nenumărați absolvenți ai Grupării care produc bani frumoși în fiecare lună și nici măcar nu au 18 ani.

Zilnic apar rezultate noi în Gruparea Richest și succesul a fost evidențiat și dovedit indiferent de vârstă, buget, experiență sau timp. Câteva dintre rezultatele absolvenților pot fi regăsite pe www.richest.ro/rezultate.



CE VEI ÎNVĂȚA CONCRET DIN CARTEA ASTA

Vreau să înțelegi cât mai bine obiectivul meu cu cartea asta. Altfel, nu va avea sens și nici efect. Eu nu voi fi mulțumit și tu nu vei ajunge la rezultate.

După cum, evident, poți înțelege și din titlu, **obiectivul meu #1 cu cartea asta este să te ajut pe tine că și începător**, eventual chiar și fără buget sau experiență, să înțelegi **care e cel mai bun punct de plecare** pe care îl ai și **care e cel mai potrivit domeniu pentru tine**.

Dar nu am vrut să mă opresc aici pentru că alegerea domeniului potrivit nu îți va aduce și rezultate.

La fel cum și cu prima mea carte scrisă, cea despre dropshipping, am atins succesul de a ajuta oamenii să producă rezultate după finalizarea pașilor și a întregii cărți, la fel îmi doresc și aici.

Chiar dacă e un produs gratuit, atât timp cât tu îl valorifici cum trebuie și profiți de el în întregime îți garantez că vei avea succes.

Să îți setez traiectoria corectă și să te ajut să alegi cel mai potrivit domeniu pentru tine nu am considerat că ar fi suficient.

Vreau chiar să îți ofer și pașii exacti pentru a atinge rezultate în domeniul respectiv. Ba chiar 3 domenii. Diferite. Te voi ajuta să alegi domeniul potrivit ție, iar apoi îți voi oferi chiar și secretele concrete pentru a atinge rezultate în acel domeniu. Pași exact. Totul de la A la Z și COMPLET GRATUIT.

Singurele 2 lucruri pe care ți le cer înainte de a începe:

1. Citește cartea în întregime.

Știu că îți repet, dar cel mai stupid lucru pe care îl poți face este să sări cuvinte, propoziții, paragrafe sau chiar pagini din carte.

Relaxează-te. Nu te mai grăbi. Doar dacă reușești să îți canalizezi în totalitate concentrarea pe a citi în întregime cartea asta vei reuși imens și vei avea un mare avantaj în fața a 90% din populație.

Mulți nici măcar nu se pot concentra pe un singur lucru mai puțin de câteva minute sau până să observe progres considerabil și fără să cadă în plasa anumitor distrageri.

Știu, e trist...

2. Vreau chiar acum să faci un screenshot și să postezi pe story cu tag @andrei.valentin, dacă nu ai făcut-o încă.

Ai înțeles deja că am investit mult timp și efort în cartea asta, vei avea parte de un nivel de informație extrem de înalt și chiar vei primi pașii exacți - de la A la Z...pentru a ajunge la rezultate.

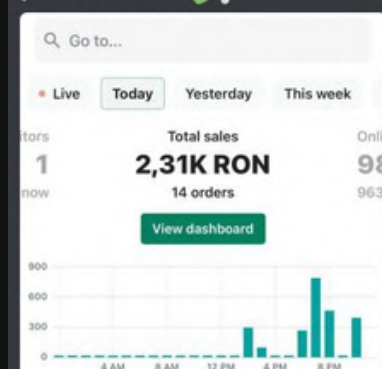
ȘI COMPLET GRATUIT. Cred că merită măcar un share pe story.

Prin Gruparea Richest am ajutat sute de oameni in ultimele luni sa atinga rezultate DE LA 0 in multiple domenii.

Multe strategii pe care le voi oferi gratuit aici sunt deja folosite la nivel inalt si aduc rezultate absolventilor din Grupare.

Rezultate in Dropshipping fara buget de promovare. Gandeste-te ce rezultate producem cu buget...

Magazin nou lansat acum o saptamana cu reclama gratuita doar pe TikTok 📺

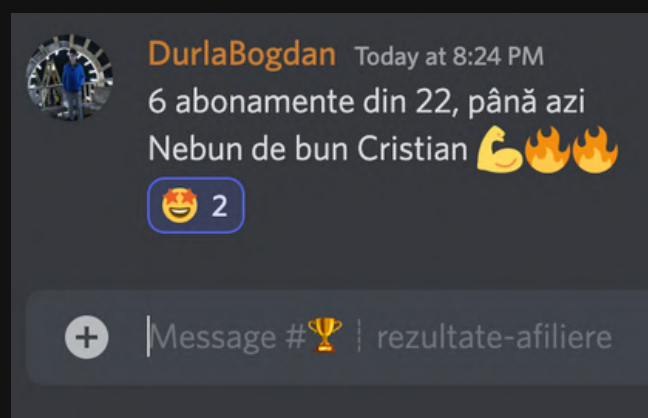


Rezultate in Trading - \$1,000 profit pe un trade. Si nici macar nu iti arat cele mai bune rezultate...

Avem pe site postate si profit-uri de \$4,000-\$5,000 dintr-un singur trade.



Rezultate pe Marketing Afiliat - venit pasiv din abonamente cu comision recurent.



Plus multe altele...chiar si pe domenii pe care nu le predam in mod direct.

Ai mai multe pe richest.ro/rezultate. ACUM e timpul sa trecem la treaba.

ALEGEREA DOMENIULUI

1. De ce e important să alegi corect.

Una dintre cele mai mari greșeli a celor care vor să înceapă să producă bani online este că nu își aleg traiectoria corectă și nici măcar nu știu cum să facă asta.

Vezi tu...imaginează-ți că îți setezi că obiectiv să câștigi o cursa de mașini pe un circuit de 3km distanță și din 5 mașini poți alege doar una pe care tu o consideri cea mai potrivită pentru a câștiga cursa și un **premiu de \$100,000**.

Variantele sunt...un **BMW M5 CS**, **Lambo Huracan**, **Rolls Royce Phantom**, o **dubiță** și un **Smart**.

Evident că nu vei alege **dubița** și nici **Smart-ul**...sunt prea lente și nu vei avea nici măcar o singură șansă.

Nici **Rolls-ul** nu te avantajează în situația asta...e o balenă cu câteva sute de cai...sigur vei rămâne în spate.

Pe circuit vrei ceva rapid și ușor de manevrat.

Bătălia strânsă ar fi între **M5** și **Huracan** fiindcă ambele mașini au în jur de 600 de cai și cu toate că la **Huracan** ai o greutate mai mică, **M5 CS-ul** a tot depășit așteptările în termeni de performanță și manevrabilitate.

Ce ai alege? Da un share pe story cu alegerea ta și da-mi un tag @andrei.valentin. Voi reposta toate răspunsurile voastre.

Concluzia este că-i extrem de important să alegi domeniul potrivit fiindcă doar cel potrivit cu îți oferă cele mai bune șanse de a câștiga cursa și a pune mâna pe venitul ăla pe care ți-l dorești.

O șansă clar există să câștigi cursa și cu Rolls-ul, **dar probabilitatea e prea mică.**

La fel e și în afaceri - greșeală începătorilor este că nu știu cum să își aleagă traiectoria potrivită...domeniul potrivit. Mulți nici măcar nu realizează de ce e atât de important să alegi drumul corect.

După cum ai înțeles și din exemplul de mai sus care se aplică în orice alt aspect al vieții, oricât de încrezător și visător ai fi tu...**șansele tale de succes scad exponențial când încerci spre exemplu să devii milionar din crypto, dar tu nici măcar nu ai 500 de euro de investit.**

Și evident, pentru orice chestie există soluții sau metode alternative.

Dar îți repet din nou, ar fi stupid să nu te intereseze șansele de succes care îți scad mult atunci când încerci marea cu sarea.

E posibil să reușești și cu șanse de 5%, probabilitatea evident că există.

Dar și mai inteligent ai fi dacă ai cunoaște cum să îți majorezi șansele la 70%.

Încât să fii și mai sigur că vei reuși ce ti-ai propus. Așa gândești cu adevărat inteligent.

Cunoști acum cu certitudine că alegerea domeniului potrivit e un pas critic fiindcă îți poate oferi șanse de 5% sau șanse de 70%.

Iar acum probabil că te întrebi...

2. Cum alegi domeniul potrivit?

Am să îți ofer eu mură-n gură formula secretă, iar apoi am să-ți și explic ce trebuie să faci după alegerea domeniului potrivit.

Formula pentru alegerea domeniului e una simplă, dar extrem de eficientă.

Vreau să mă asculți cu atenție...

Domeniul potrivit îți este determinat în funcție de BUGET, EXPERIENȚĂ și TIMPUL de care dispui.

Dacă nu ai bugetul potrivit nu ar trebui să alegi un domeniu care te dezavantajează fiindcă ai nevoie de bugetul X pentru șanse cât mai bune de succes.

Experiența e discutabilă...aici nu ți-aș sugera să pui prea multă presiune fiindcă e normal ca la început să nu cunoști mai nimic despre domeniul respectiv.

Dar nici nu aș alege să fac o afacere că programator când eu nici nu știu cum să deschid consola de pe Macbook.

Evident că pot învăța, dar ar dura prea mult că să învat si sa ating un venit din asta și șansele de succes ar scădea exponențial.

La fel se aplică și cu timpul - nu ar trebui să alegi o afacere care necesită 8-12 ore pe zi ca timp investit când tu ai deja un job sau dispus de doar 4 ore pe zi.

Deci înțelegi acum că e important ca orice metodă sau domeniu de făcut bani online pe care îl vei considera de acum încolo, să îl și treci prin filtrele astea 3, **buget**, **experiență** și **timp**, ca să îți dai seama dacă se aliniază cu ce ai tu nevoie încât să ai șanse cât mai mari de succes.

După cum observi sunt 3 factori care contează enorm, iar eu îți voi oferi în scurt timp 3 metode diferite de a produce bani online în 2023 - observi conexiunea?

Prima metodă pe care ți-o voi oferi, o vei putea începe fără nici măcar 1 leu ca buget, fără experiență și cu doar 2-4 ore pe zi.

A 2-a metodă pe care o vei primi va necesita un buget de 500-1000 de lei, fără experiență și cu 4-8 ore pe zi.

Iar a 3-a și ultima metodă pe care o vei primi pentru a începe să produci bani online în 2023 o vei putea folosi cu un buget de minim 1000-2000 de lei, fără experiență și tot cu 4-8 ore pe zi.

Pentru fiecare metodă în parte îți promit că vei primi pașii exacți pentru a ajunge de la 0 la rezultate

3. Ce faci după ce alegi domeniul.

Ți-am zis că te voi lua practic de mână și până la sfârșitul cărții vreau să mă asigur că îți elimin orice scuză care te-ar reține de la a începe să produci bani.

Deci vreau să știi de acum ce trebuie să faci după ce alegi domeniul potrivit.

Îți sugerez să alegi una dintre cele 3 metode pe care ți le voi prezenta în detaliu și pentru care vei face rost de pașii exacti pentru succes și rezultate.

Si iti voi concluziona în scurt timp ce domeniu trebuie să alegi TU PERSONAL.

Ce vreau să înțelegi acum este că indiferent de domeniul ales, **cea mai mare greșeală făcută la pasul ăsta are legătură cu răbdarea.**

Mai exact, majoritatea celor care încep într-un nou domeniu sau se apucă de o noua metoda de făcut bani online renunță mult prea rapid.

Și nu mă refer după câteva luni... spun că renunță după o săptămână sau chiar câteva zile. Ori renunță ori își pierde interesul și nu mai lucrează cu aceeași determinare și importanță zi de zi.

Și evident că este o greșeală să nu ai răbdare și să renunți atât de rapid când încerci ceva nou.

Dar după sfaturile pe care eu ți le-am oferit chiar mă dezamăgește cumplit să-mi imaginez asta.

Gândește-te cât de stupid sună să studiezi mai multe domenii și în sfârșit să alegi domeniul cel mai potrivit ție...în funcție de bugetul tău personal, de timpul de care dispui și de experiență pe care o ai.

Practic, să ai șanse cât mai mari de succes cu un lucru nou pe care ți l-ai propus...ba chiar să ai pașii exacți fiindcă îi vei primi în scurt timp.

Să știi concret ce trebuie să faci de la A la Z pentru a atinge rezultate... iar tu renunți sau îți pierzi interesul după câteva zile.

Cât de stupid sună?

Teribil, îți zic eu. Ceva mai rușinos de atât nu ai cum să întâlnești.

Dacă atunci când vine vorba de un context atât de bun renunți...un context în care ai un avantaj așa de mare fiindcă ai șanse maxime de succes datorită domeniului corect ales și a tuturor pașilor oferți pe tavă...

Dacă într-o oportunitate atât de potrivita ție dai gres fiindcă renunți... cum să mai ai speranțe în orice alta situație vreodată să câștigi? Nu te dezamăgi singur.

4. ALEGE DOMENIUL

A venit momentul să îți alegi domeniul fiindcă în paginile ce urmează am luat cele 3 metode la rand și le-am detaliat cu pași exacți, așa cum ți-am promis.

Nu are rost și nu ar fi deloc eficient să parcurgi toate cele 3 domenii.

Tocmai pentru asta te-am învățat de ce e important să îți alegi domeniul potrivit în funcție de buget, timp și experiență.

Prima metodă este Marketing-ul Afiliat, vă fi prezentat în continuare - poți începe domeniul ăsta **FĂRĂ BUGET**, cu 2-4 ore pe zi și fără experiență.

A 2-a metodă este Dropshipping-ul, prezentat de la pagina 43 - poți începe acest domeniu cu **MINIM 500 LEI BUGET**, 4-8 ore pe zi și fără experiență.

A 3-a metodă e Trading-ul, prezentat de la pagina 75 - poți începe domeniul de trading cu **MINIM 1000 LEI BUGET**, 4-8 ore pe zi și fără experiență.

MARKETING AFILIAT

În continuare îți voi prezenta domeniul de marketing afiliat și **10 pași exacti** pe care îi poți urma pentru a ajunge la succes și rezultate în domeniul ăsta.

Îți amintesc pentru ultima dată și îți sugerez din nou să parcurgi acest domeniu **DOAR DACA** nu ai un buget de început și dacă dispui de macar 2-4 ore pe zi.

Dacă ai un buget de minim 500 de lei pentru a investi ar trebui să citești din nou recomandările de mai sus și să alegi domeniul potrivit.

Marketing-ul afiliat este și vă rămâne mereu un domeniu valid pentru a face bani online, indiferent de ce tâmpenii mai scotocesc comentatorii din online.

Și eu personal am produs ceva bani frumoși din marketing afiliat, a fost chiar printre primele metode de făcut bani online pe care le-am testat când am început prin 2017 și încă funcționează și în ziua de astăzi.

Funcționează și vă continua să funcționeze fiindcă e bazat pe principii reale.

La bază, marketing-ul afiliat înseamnă să promovezi produsele sau serviciile altor companii în schimbul unui comision cu care tu ești răsplătit pentru vânzările aduse acelor companii sau brand-uri.

lar aici...variantele sunt multiple.

Ai sute de mii de companii care oferă un program de marketing afiliat, adică plătesc comision că tu să le aduci vânzări, și chiar milioane de produse sau servicii din care poți alege pentru promovarea propriu-zisă.

Vezi tu...că să faci bani prin marketing afiliat, trebuie mai întâi să te alături unui program de afiliere.

Fie că este al unui brand sau poate chiar să fie un site ce se afiliează cu sute de alte companii și e ca un fel de intermediar pentru tine.

Un site intermediar de genul poate să îți creeze mai ușor conexiunea între brand și tine. Toată lumea câștigă.

Acum că ai înțeles la un mod general cu ce se mănâncă marketing-ul afiliat, nu vreau să pierdem timpul pe alte detalii inutile...așa că îți voi oferi în continuare **10 pași exacti pe care trebuie să îi urmezi pentru a ajunge la comisioane prin afiliere.**

1. ALEGE UN PROGRAM DE AFILIERE

Totul pleacă de la programul de afiliere cu care te asociezi.

Mai departe, acel program de afiliere sau brand îți poate oferi un singur produs/serviciu pe care să îl promovezi în schimbul unui comision, sau pot fi chiar mai multe produse/servicii.

Sper că din prima parte a cărții în care vorbeam despre alegerea domeniului potrivit ai înțeles deja cât de important este punctul de plecare.

Gândește-te că practic îți alegi din nou domeniul aici...îți alegi din nou punctul de plecare cu acest prim pas.

Programul de afiliere pe care îl alegi poate să îți scurteze procesul și să te ajute să ajungi la rezultate de 10 ori mai rapid sau să ți-l îngreuneze și să ajungi de 10 ori mai greu.

După cum ți-am repetat deja, programele de afiliere sunt cu sutele de mii.

Găsești o groază la doar o căutare pe Google sau YouTube.

Vreau momentan doar să înțelegi că **alegerea programului e primul și cel mai important pas**, iar că să te ajut și mai mult, iti voi oferi chiar și un criteriu de selectare pentru programul de afiliere potrivit, încât să îți ofer șanse și mai mari pentru succes.

2. CRITERIUL DE SELECTARE AL PROGRAMULUI DE AFILIERE

Ai înțeles deja care e punctul de plecare și vreau că al doilea pas pe care ți-l ofer să se completeze cât mai bine cu primul.

Criterul ăsta pe care ți-l voi oferi te va ajuta enorm și îți vă simplifică alegerea programului de afiliere.

Practic, vreau să oferi cât mai multa importanta următoarelor criterii de mai jos și **să te asiguri că încerci doar programe de afiliere care întâlnesc criteriile pe care eu ți le-am oferit, încât să ai cât mai multe șanse de reușită.**

Vei observa că toate criteriile pe care ți le ofer sunt special gândite pentru începători și după ce înțelegi criteriile astea vei observa de ce e cu adevărat important să ai o lista de criterii.

Urmeaza toate cele 3 criterii pentru a-ti alege programul de afiliere.

> ABONAMENTE CU COMISION RECURENT: *Pe departe cel mai important criteriu pe care ți-l pot oferi.*

Dacă vrei cu adevărat să ai succes și să atingi rezultate cât mai bune și cât mai rapide ca începător în afiliere, **îți recomand să alegi DOAR programe de afiliere ce conțin abonamente sau servicii cu comision recurent.**

Practic, vrei să promovezi doar servicii de tip abonament.

Ca și un abonament la sala spre exemplu...cum e abonamentul la Glovo sau abonamentul Genius la eMAG.

Vrei să promovezi doar servicii de tip abonament care totodată, foarte important de reținut - îți oferă COMISION RECURENT.

Nu toate serviciile astea de tip abonament ale căror clienți plătesc în fiecare lună **îți vor oferi** și tie comision lunar din plățile clienților.

Majoritatea serviciilor de genul de tip abonament ți vor oferi comision DOAR DIN PRIMA PLATĂ a clientului, **aici e greșeala pe care trebuie să o eviți cu orice pret.**

Avantajul principal, pe lângă multe altele, pentru care vrei să alegi programe de afiliere ce ți oferă comision recurent **este că poți să îți construiești VENIT PASIV din afiliere.**

Practic vorbind, tu dacă promovezi un serviciu de tip abonament și câștigi comision doar din prima plată a clientului pe care tu l-ai adus, chiar și dacă comisionul câștigat e de 50-70% din prima plată, tu tot ieși în dezavantaj.

Programul ăla de afiliere vă avea de câștigat mai mult decât tine fiindcă ție ți-a oferit doar o parte din prima plată iar clientul pe care tu l-ai adus vă continua să plătească lunar, în fiecare lună, plăți din care tu nu vei mai avea nimic de câștigat.

Și asta-i motivul principal pentru care vrei să promovezi doar abonamente cu COMISION RECURENT.

De asta NU TREBUIE să te lași vândut și convins de promisiuni mari...aparențele inseala.

Multe programe de genul de tip abonament ți vor oferi comision de 50-70% dar, DOAR DIN PRIMA PLATĂ...aici e greșeala.

Și vei crede că serviciile de tip abonament ce îți oferă comision mai mic de 20-30% pot fi mai proaste și nu ar trebui să le alegi... **GREȘIT.**

Dacă comisionul acela de 20-30% ESTE RECURENT, atunci vei avea mai mult de câștigat datorită simplului fapt că tu vei câștiga 20-30% în fiecare lună pentru fiecare client pe care tu îl aduci, atât timp cât clientul rămâne să folosească acel serviciu pe care tu l-ai promovat.

Așa îți construiești cu adevărat VENIT PASIV din afiliere - promovând doar servicii de tip abonament care oferă COMISION RECURENT.

Dacă ești plătit la fiecare plată a clientului adus atât timp cât el rămâne să folosească serviciul, așa știi sigur că ieși cel mai castigat.

Spre exemplu...îți ofer două cazuri posibile. Cazul A și cazul B.

În cazul A, poți câștiga un comision de 50 de lei DOAR din prima plată a clientului pe care tu îl aduci în abonament.

Cu cazul B, poți câștiga un comision mai mic, de 25 de lei dar ESTE RECURENT, deci îl primești lunar.

În cazul A, câștigând comisionul de 50 de lei, să spunem că în prima luna reușești să faci 10 vânzări și castigi 500 de lei.

Dar a 2-a lună, dacă tu nu mai faci vânzări noi nu o să mai câștigi nimic, nici în a 3-a, nici în a 4-a și tot așa.

Cu cazul B, câștigând un comision recurent de 25 de lei, faci 10 vânzări, ai 250 de lei în prima lună.

Mai puțin venitul în prima luna în comparație cu cazul A, dar marele avantaj este că în a 2-a lună cu cazul B **deja aproape că ai asigurați 250 de lei ca și punct de pornire** fiindcă ai clienții aduși din prima lună care încă te plătesc.

În luna a 2-a cu cazul B vei continua să aduci oameni noi și îți va crește venitul lunar, la fel și în luna a 3-a, a 4-a și tot așa.

Venitul tău va crește mult mai ușor de la o lună la alta la fel că o **dobândă compusă** și dacă o lună îți merge prost SAU dintr-o dată te oprești din a mai lucra la domeniul ăsta, **venitul tău nu vă avea de suferit atât de mult și nu vă cădea la 0** ca în cazul A.

De asta nu vrei să îți bati capul ca începător cu promovarea programelor **care NU AU COMISION RECURENT** fiindcă nu vei avea de castigat mulți bani pe termen lung, decât dacă promovezi ceva scump de peste 1000 de lei și câștigi, să zic...500 de lei pe fiecare vânzare.

Atunci poate fi discutabil dar nu e potrivit deloc pentru un începător și vei înțelege mai bine de ce imediat cum trec la criteriul cu numărul 2.

Produse fizice nu îți recomand niciodată să promovezi fiindcă acolo nu primești un comision recurent și în 99% dintre cazuri, acel comision pe care îl primești o singura dată vă fi mult prea mic că să merite efortul și munca depusă.

Concluzia este că vrei să promovezi doar servicii de tip abonament care te plătesc un comision recurent pentru fiecare client pe care îl aduci către ei, încât să ai cât mai mult de castigat pe termen lung și să îți creezi un venit cât mai mare de la o lună la alta, venit care este chiar și pasiv...fiindcă **vei continua să fii plătit și după ce tu te oprești din promovare.**

> PREȚ MIC: *Prețul mic al serviciului pe care tu alegi să îl promovezi este un alt criteriu extrem de important pentru următorul fapt...*

Cu cât serviciul pe care îl promovezi e mai scump, cu atât mai greu îți va fi să aduci clienți și vânzări noi...e logic.

Ca începător, dacă vrei să ajungi cât mai rapid la rezultate și un venit stabil din marketing afiliat, **îți sugerez să te concentrezi pe promovarea serviciilor care au un preț cât mai mic.**

Evident că îți va fi mult mai ușor să aduci vânzări unui serviciu de 200 de lei decât unuia de 1000 de lei, iar ca începător asta face o mare diferență.

Și sper că începi să observi și conexiunea dintre criteriile pe care eu ți le ofer aici.

Criteriile merg mână în mână - **vei ieși castigat să promovezi servicii cu preț mic doar dacă serviciile sunt de tip abonament și îți oferă un comision recurent, altfel vă trebui să muncești continuu pentru bani și nu vei reuși să îți creezi un venit sustenabil și pasiv.**

În concluzie, ca începător **nu îți recomand să promovezi servicii care depășesc suma de 300 de lei** fiindcă îți va fi prea greu să atingi vânzări din cauza lipsei de experiență, strategii și rezultate.

> SERVICIU ROMÂNESC: Ultimul criteriu pe care ți-l ofer este la fel de important că și celelalte 2 de până acum.

Alege să promovezi un serviciu românesc fiindcă îți va fi mult mai simplu și ușor să atingi rezultate și un venit stabil din marketing afiliat atunci când cunoști și înțelegi mult mai bine ce trebuie să promovezi.

Chiar dacă consideri că ai ceva habar despre engleza și te descurci să scrii în engleza, tot ți-aș sugera să alegi un serviciu românesc cu care să pornești că începător.

Să promovezi un serviciu din afară va trebui să faci asta în engleza... acolo este și competiția mult mai mare, atât pe serviciile pe care le poți promova, cât și pe afiliații care promovează serviciile astea, deci evident că îți va fi mult mai greu să ai rezultate.

E mult mai ușor să faci rost de clienți când înțelegi mult mai bine despre ce e vorba, cu ce se mănâncă serviciul pe care tu îl promovezi și, totodată, te descurci mult mai bine să te exprimi către potențialii clienți încât să îi convingi să cumpere serviciul pe care tu îl promovezi.

Ai nevoie de un singur program de afiliere care întâlnește criteriile astea, nu de mai multe.

Un exemplu bun pe care ți-l pot oferi este Gruparea Richest pe care o dețin și în cadrul căreia poți învăța direct de la mentori cum să ajungi la rezultate prin marketing afiliat.

Având la dispoziție training-uri video pas cu pas, răspuns și susținere la orice problemă sau obstacol și chiar apeluri în fiecare săptămână cu mine și ceilalți mentori din Grupare.

Vezi tu... **Gruparea Richest este un serviciu de tip abonament care se plătește în fiecare luna pentru a beneficia de tot ce oferă.**

Totodată, în Grupare găsești un program de afiliere care îți oferă **comision recurent de până la 30% pe fiecare client pe care tu îl aduci.**

Adică ești plătit în fiecare lună pentru fiecare client adus, atât timp cât rămâne să folosească Gruparea Richest, iar tu îți poți construi așa un venit din ce în ce mai mare de la o luna la alta și chiar unul pasiv care vă continua să te plătească chiar și după ce tu te oprești din promovare sau începi să te concetrez pe alte domenii.

Gruparea Richest întâlnește toate cele 3 criterii menționate mai sus și de asta ți-am oferit-o ca pe un exemplu.

Este un serviciu de tip abonament care te plătește comision recurent pe fiecare membru adus, are un preț mic de aproximativ 200 de lei și este un produs românesc care îți vă fi mult mai ușor și simplu de promovat.

Criteriile astea îmi spun succesul de la sine...altfel, membrii Grupării Richest nu ar fi avut sute de comisioane pe domeniul de marketing afiliat.

Poți lua Gruparea Richest că un exemplu bun de serviciu care are totodată și un program de afiliere prin cadrul căruia poți câștiga un comision recurent pe fiecare client adus.

Sau poți chiar să te alături Grupării Richest dacă vrei să faci parte din programul de afiliere și să poți promova Gruparea în schimbul unui comision. Doar membrii Grupării au acces la programul de afiliere.

Te poți alătură Grupării Richest pe richest.ro atat timp cat inca sunt locuri disponibile.

Pe lângă programul de afiliere pe care îl primești în Grupare, vei avea parte și de multiple training-uri înregistrate care îți arată pas cu pas cum să ajungi la rezultate și care îți pun la dispoziție nenumărate metode prin care poți promova serviciul în schimbul unui comision.

Strategii exacte și concrete pentru începători fără prea multă experiență și chiar fără buget. **Sunt mulți absolvenți ai Grupării care au atins venituri frumoase prin marketing afiliat și au 15-16-17 ani.**

Și nu ai parte doar de training-uri pas cu pas, ci și de susținere și soluție la orice obstacol chiar din partea mea și a celorlalti mentori. Răspundem zilnic la întrebări și avem apeluri în fiecare săptămână.

Pentru mai multe detalii despre Gruparea Richest și **pentru a profita de ultimele locuri la reducere ca sa te poti înscrie** în programul de afiliere și sa atingi rezultate prin marketing afiliat verifica pe richest.ro.

3. CREEAZĂ UN CONT DE AFILIAT ÎN PROGRAMUL ALES

Acum că ți-ai ales programul de afiliere în urma criteriilor pe care ți le-am prezentat pentru șanse cât mai mari de succes, **următorul pas este să îți creezi un cont de afiliat pe programul ales.**

Aici nu îți pot oferi din păcate un tutorial mai concret fiindcă fiecare program de afiliere e diferit și va trebui să urmezi pașii acelui program.

Să-ți ofer totuși un exemplu, în Gruparea Richest durează doar câteva secunde să îți creezi contul de afiliat dacă ești membru în abonament.

După ce ai creat contul de afiliat în Gruparea Richest, poți să intri direct pe richest.ro și să alegi din meniu că vrei să te loghezi ca afiliat.

Așa cum am menționat deja, fiecare program de afiliere e diferit...**decî la pasul asta vreau să îți creezi și eventual chiar să îți și setezi, dacă e necesar, contul de afiliat prin programul pe care tu l-ai ales.**

4. LINK-URILE TALE DE AFILIAT

Următorul pas al tău acum că ai acces la contul tău de afiliat din programul ales, **este să înțelegi cum să te folosești de link-urile tale de afiliat.**

Tu că să primești comision pe fiecare vânzare adusă serviciului respectiv, **va trebui să promovezi printr-un link special pe care îl găsești în contul tău de afiliat.**

Fiecare afiliat are link-uri diferite. Practic, comisionul ți se va oferi în funcție de link-ul de pe care clientul a cumpărat.

Deci e important să înțelegi că oamenii pe care tu îi aduci ca și clienți către serviciul respectiv ar trebui să cumpere prin link-ul tău special, încât să îți câștigi comisionul.

În contul tău de afiliat e posibil să găsești un singur link sau chiar mai multe. Asta e în funcție de programul de afiliere pe care l-ai ales.

Link-urile astea de care vorbesc pot duce către servicii diferite sau către pagini diferite de pe site-ul pe care îl promovezi.

Că să înțelegi mai bine la ce mă refer, îți dau din nou ca exemplu Gruparea Richest **unde la momentul actual fiecare afiliat are 2 link-uri speciale pe care le poate promova.**

Cu toate că Gruparea Richest oferă 3 abonamente diferite, unul lunar, unul trimestrial și un abonament anual, totuși nu ai 3 link-uri, doar 2.

Primul link pe care îl ai ca și afiliat în Gruparea Richest este link-ul care duce direct la pagina principală a site-ului, richest.ro.

De acolo oamenii își pot alege singuri abonamentul pe care îl doresc dintre cele 3 valabile și tu vei primi apoi comision recurent de până la 30% în funcție de abonamentul ales.

Eu recomand afiliaților din Grupare să se folosească de **primul link**, cel ce duce la pagina principală, **atunci când e vorba de o promovare către publicul larg** (ex. *Pui link-ul în descriere pe Insta, TikTok, etc. sau îl promovezi cu o reclamă pe Google, Instagram, TikTok, etc.*).

Trimitem publicul larg către pagina principală a site-ului fiindcă știm deja că acea pagina are o rată bună de conversie, este bine optimizată și totodată, oferă toate informațiile de care ai nevoie pentru a lua o decizie de cumpărare.

Al doilea link, cel ce duce direct la checkout, recomand să îl folosești doar în privat când deja ai convins pe cineva să intre.

Spre exemplu, ai vorbit cu cineva pe Instagram și i-ai spus despre Gruparea Richest, i-ai spus deja cât costa și ce include, practic i-ai oferit deja informațiile necesare și l-ai convins să cumpere.

Doar în acest context recomand să trimiți link-ul ce duce direct la checkout fiindcă omul știe deja despre ce e vorba și deja are din partea ta toate informațiile necesare unei decizii de cumpărare, **asa că vrei să îi scurtezi procesul** și să meargă direct la checkout încât să fie **mai simplu și mai rapid să plătească.**

Este un pas esențial să înțelegi diferență dintre link-urile pe care le ai disponibile că și afiliat.

Deci, dacă ai ales alt program de afiliere, asigura-te că știi deja câte link-uri ai disponibile și care e treaba cu fiecare în parte.

5. TIPURILE DE PROMOVARE

Ai parcurs până acum bazele domeniului de marketing afiliat. *Ai învățat cum alegi un program bun de afiliere, care trebuie să fie criteriul, cum îți creezi contul și cum accesezi link-urile tale speciale de afiliat.*

E momentul să trecem la lucruri serioase - promovarea.

Fară promovare bună și eficientă nu vei avea clienți pentru serviciul pe care l-ai ales... fără clienți nu există rezultate și nu vei ajunge la un venit stabil.

E important să înțelegi de acum că **promovarea** e cea mai critică piesă din întregul puzzle.

Dacă ai făcut alegerea potrivită cu programul de afiliere și serviciul pe care l-ai ales să-l promovezi, acum totul ține de felul în care promovezi încât să și aduci rezultate.

Sunt multe metode prin care poți promova produse sau servicii, dar eu mă voi concentra cu strategiile ce urmează doar pe servicii de tip abonament cu comision recurent.

După cum știi deja, asta e cea mai buna alegere pe care o poți face în marketing afiliat, iar eu **iți voi oferi mai departe 3 metode concrete ce vin la pachet cu pași exacti** pentru a promova servicii de tip abonament cu comision recurent, similare cu Gruparea Richest.

6. PROMOVARE PRIN MESAJE DIRECTE

O metoda clasică dar care dă roade de fiecare dată dacă ai strategia potrivită - **să trimiți mesaje directe pe Instagram celor care ar putea fi interesați în serviciul pe care tu îl vinzi.**

Pe oamenii aceștia îi mai numim și "potențiali clienți".

Ți-aș sugera să încerci metoda asta **DOAR pe Instagram**, nu am observat să funcționeze bine pe Facebook sau în alte parti, Discord, Telegram, etc. Dar poți testa dacă ești încrezător...**strategia de care trebuie să ții cont va rămâne aceeași.**

Iți voi spune exact cum aș proceda eu ca sa pun totul in aplicare...

După cum ți-am menționat, vreau să iți ofer pași cât mai exacti aici.

Nu doar ideea în sine, **ci și planul de acțiune, încât să ai șanse cât mai mari de succes și să ajungi la rezultate**...folosindu-te de un simplu eBook gratuit de la Andrei Valentin.

Voi continua cu exemplul referitor la Gruparea Richest tocmai ca să iți dau și un context mult mai bun și ceva mai palpabil.

Strategiile ce urmează le poți aplica la orice alt serviciu de tip abonament cu comision recurent (trebuie maxim să schimbi puțin contextul sau unghiul de plecare).

Deci, să spunem că vreau să promovez Gruparea Richest prin mesaje directe pe Instagram și să conving oamenii să cumpere abonamentul în Grupare ca eu să primesc comision recurent pe fiecare membru adus.

6.1. În primul rand, înainte de a începe măcar să trimit primul mesaj, aș vrea **să definesc mult mai bine Gruparea asta Richest și să fiu sigur că înțeleg cât mai concret** cum se desfășoară, **încât să am arsenalul** potrivit cu mine în conversațiile ce urmează să le am.

Și aș începe să definesc concret, la liniuță, care consider eu că sunt cele mai importante 3-4, maxim 5, avantaje și puncte forte ale serviciului ăstuia pe care vreau să îl promovez.

Uitandu-mă la Gruparea Richest, aș alege următoarele puncte forte:

- Înveți cum să faci bani online **fară buget sau experiență.**
- Ai la dispoziție **4 domenii diferite** prin care poți face bani online.
- Beneficiezi de training-uri și cursuri pas cu pas pe fiecare domeniu în parte, cu **strategii concrete** și planuri de acțiune **de la A la Z.**
- Primești **sustinere la fiecare pas** încă de la început, îți este asigurat **răspunsul la orice întrebare direct din partea unor mentori** specializați în acele domenii și ba chiar ai **apeluri cu mentorii** în fiecare săptămână.
- Abonamentul este **încă la reducere** și **locurile sunt limitate** în fiecare luna, pentru un preț atât de mic primești un volum incredibil de informație calitativă și ușor de implementat.

Vreau să observi cum m-am concentrat pe beneficii practice și reale ale serviciului pe care l-am ales.

Un alt lucru important și esențial de observat este că am menționat chiar și de prețul care este încă la reducere și de faptul că locurile sunt limitate. Am făcut asta fiindcă în arsenalul tău pentru conversații nu ar trebui să oferi DOAR beneficii practice, cât și oferte speciale care conving oamenii să acționeze mai rapid.

Aș continua să am lista asta de puncte forte undeva la vedere de fiecare data când o să am conversații cu potențiali clienți. Este normal că la început mai ales, să nu cunoști pe de rost toate beneficiile serviciului pe care îl promovezi și de asta e important să fii organizat, nu arogant și orgolios.

6.2. Al doilea pas aici pentru promovarea prin mesaje directe **este să fac rost de o sursă**, ideal chiar mai multe surse, pentru **potențiali clienți.**

Vom face bani din mesaje dar cui îi trimiți mesajele astea? Asta trebuie să definim.

Cu cât sursa ta de potențiali clienți este mai bună, **cu atât rata de răspuns la mesaje vă fi mai mare** și, mai important de atât, **rata de conversie vă fi mult mai bună.**

Adică rata oamenilor care chiar convertesc, care chiar cumpără serviciul pe care tu-l vei vinde.

Cum aş proceda personal dacă aş vinde Gruparea Richest, **ar fi să îmi dau seama că în Grupare găsești 4 domenii diferite** prin care poți face bani online, Dropshipping, Trading, Marketing Afiliat și Crypto, **iar apoi să mă gândesc unde pot să găesc oameni interesați în domeniile astea.**

Adică unde poți găsi oameni interesați în ce oferă serviciul pe care eu îl promovez.

Un exemplu concret și o idee totodată bună ar fi să intru chiar la Andrei Valentin pe Instagram pentru că acolo categoric voi găsi mulți din audiența lui care sunt interesați în Dropshipping, el fiind cunoscut pentru asta.

(da, vorbesc de mine la persoana a 3-a doar că să îți ofer ție un exemplu)

Deci, intru la Andrei Valentin pe Insta și **merg la ultima postare a lui ca să văd cine i-a dat like**, evident că acei oameni sunt activi și fac parte din audiența lui.

Categoric nu toți vor fi interesați în Dropshipping, **dar clar o mare parte din ei ar trebui să arate interes** fiindcă îl urmăresc și îl apreciază pe Andrei Valentin care e cunoscut pentru asta.

Și asta ar fi o sursă concretă de potențiali clienți.

Fix așa pot proceda și cu alți antreprenori și afaceriști din Romania care sunt cunoscuți pentru anumite domenii de făcut bani.

Domenii care, evident, fac parte dintre cele pe care le găsești și în Gruparea Richest, care au legătură cu serviciul pe care tu îl promovezi.

6.3. Următorul pas e să trimit mesaje către sursa asta de potențiali clienți pe care eu mi-am ales-o...**iar aici cei mai mulți greșesc.**

Majoritatea începătorilor greșesc fiindcă isi creează un mesaj din ăla lung, mult prea scriptat, cu prea multe informații și care pare fake, iar apoi trimit copy paste de la o persoana la alta - **GREȘIT.**

Nu trimite mesaje lungi și copy paste dacă vrei să ți se și răspundă înapoi și să poți avea parte de conversații.

O rata minimă de răspuns, că să îți faci o idee, ar trebui să fie de macar 10%.

Adică din **100 de oameni** cărora le-ai trimis mesaj, **măcar 10 să îți răspundă înapoi**, ăsta ar fi un minim.

O rata bună de răspuns este de la 30% în sus. Îți sugerez să ai numerele astea în cap și le compari cu ale tale după ce începi să trimiți mesaj la macar 50-100 de oameni de pe Instagram.

Daca rata de răspuns e una slabă, atunci e clar că faci ceva greșit. Cel mai probabil mesajul pe care îl trimiți e greșit, dar nu numai.

Poate fi ceva greșit și la profilul tău...poate nu ai deloc urmăritori, nu ai poza de profil, ai o descriere ciudata, etc.

De asta îți recomand să aplici metoda asta cu mesajele direct de pe contul tău personal de Instagram.

Revenind la mesajul propriu-zis, cel mai important lucru aici este NATURALEȚEA.

Obiectivul crucial este să nu le oferi oamenilor impresia că vrei să le vinzi ceva, ci vrei doar să creezi conexiuni și să formezi relații cu alții interesați în același domeniu.

Deci e vorba de a juca puțin ca un actor și de a înțelege psihologia unui cumpărător...cei mai buni oameni din lume pe marketing și vânzări îți garantez că sunt niște actori foarte buni.

Cea mai mare greșeală pe care o poți face aici la primul mesaj este să trimiți ceva ce pare fake sau să trimiți ceva copiat direct din exemplele pe care eu ți le voi oferi mai jos.

Trebuie să îți folosești puțin creativitatea și să-ți pui creierul în funcțiune pentru a gândi un mesaj natural și original.

Nu ceva copiat fiindcă toți vor copia mesajele și exemplele, iar dacă tu trimiți exact același lucru pe care omul respectiv l-a mai primit de 10 ori, evident că nu o să ai o rata bună de răspuns.

După cum am zis, NATURALEȚEA e cea mai importanta.

Obiectivul tău e să pari că încerci să formezi relații și să creezi conexiuni cu oameni interesați în același domeniu...nu că vrei să vinzi ceva.

Că să îți ofer din nou un exemplu concret, continui cu ideea de mai devreme, vreau să vând Gruparea Richest și mi-am ales că sursa de trafic audienta lui Andrei Valentin.

Am mers la ultima postare și la like-uri vreau să trimit primul mesaj către "lonel" (exemplu).

Continua sa citești exemplele ca sa înțelegi si mai bine cum se aplica.

O primă variantă ar fi următoarea:

Salutare Ionel

ENTER

Am văzut că îl urmărești și tu pe Andrei Valentin

ENTER

Cum ți se pare? Te ocupi și tu cu ceva în online?

ENTER

Vreau să tii cont de acel **ENTER** care înseamnă efectiv să trimiți mesajul.

O altă greșeală întâlnită e că oamenii când încearcă metoda asta trimit totul într-un singur mesaj încât să fie mai ușor să dai copy paste.

Noi vrem să trimitem primele mesaje pe rand încât să fie totul cât mai natural și să nu te dai deloc de gol.

O altă variantă de abordare ar fi următoarea:

Salut Ionel

ENTER

M-am apucat și eu recent de făcut bani online și am văzut că și tu îl urmărești pe Andrei Valentin

ENTER

Mă gândeam că poate faci și tu ceva poate îmi oferi un sfat sau două

ENTER

O ultimă variantă pe care ți-o ofer:

Mi te-a recomandat Instagram când i-am dat follow lui Andrei Valentin

ENTER

Și tu te ocupi de dropshipping sau ceva în online?

ENTER

Ai ceva sfaturi pentru mine?

ENTER

Din nou îți repet că **NATURALEȚEA e cheia aici** și că vrei să fii cât mai creativ, să ajustezi exemplele astea nu să le copiezi exact fiindcă nu vor funcționa așa direct.

Știi acum cum să trimiți mesaje, ce mai trebuie să cunoști la pasul asta este că îți recomand să trimiți mesaje la 30-40 de persoane noi ÎN FIECARE ZI.

Nu trimite mesaje la toate persoanele dintr-o singură lovitură.

Trimite la cate 10 maxim 15 persoane la fiecare 3-4 ore din zi.

6.4. Acum că ai trimis mesaje la multe persoane, trebuie să înveți cum să continui conversațiile după ce primești răspuns.

A 10-a oară când îți repet, știu dar e important, **NATURALEȚEA este cheia.**

Daca ești prea direct sau îți dau jos masca de actor, vei eșua.

Imediat cum primești răspuns de la o persoană, trebuie să continui conversația și vreau să înveți că fiecare conversație trebuie să fie împărțită în 2 ETAPE.

Prima etapa este Colectarea Muniției iar a 2-a etapa este Vânzarea Serviciului.

COLECTAREA MUNIȚIEI: În prima parte a conversației vrei să faci rost de cât mai mult arsenal posibil.

Vei continua să fii natural și vei adresa câteva întrebări cheie care îți vor oferi niste răspunsuri planuite să te ajute în etapa 2.

Din nou, contextul și întrebările pot fi diferite pentru un alt serviciu dar că să îți ofer și aici exemple concrete am să continui pe ideea cu Gruparea Richest.

În cazul asta, după ce primesc răspuns la primele mesaje pe care le-am trimis către persoana respectiva, **vreau să continui cu 3-4, maxim 5 întrebări** care să mă ajute să culeg mai multe informații și să înțeleg dorințele, problemele și interesele persoanei cu care vorbesc.

Câteva exemple bune de întrebări pentru prima etapa ar fi:

- > Cu ce domeniu te ocupi în momentul de fata?
- > Ai ajuns deja la rezultate?
- > De unde înveți sau ți-ai preluat informațiile?
- > Care e scopul tău concret, la ce venit vrei să ajungi și ce obiective vrei să atingi?
- > Și care consideri că e obstacolul din cauza căruia încă nu ești la nivelul asta pe care ți-l dorești?
- > Dacă ar fi să te gândești la ceva ce crezi că te-ar ajuta mult în momentul de fata, care ar fi acel lucru?

După cum observi, întrebările sunt bine alese încât să îți ofere tie informații cât mai concrete și arsenal **de care te poți folosi în etapa 2.**

Îți repet și aici că nu trebuie să copiezi exact întrebările așa cum ți le-am oferit.

Încearcă să fii creativ și să schimbi puțin adresarea, formularea sau chiar cuvintele.

VÂNZAREA SERVICIULUI: Trecând la etapa a 2-a, vrei acum să începi să discuți despre serviciul pe care tu îl promovezi de fapt.

Dar extrem important este să o faci în continuare într-un mod cât mai natural și să nu fie o trecere bruscă fiindcă vei eșua.

Practic vrei să te folosești de răspunsurile pe care le-ai primit în etapa întâi și să îi vinzi produsul într-un mod cât mai personalizat, fix pe ce îți dorește omul cu care vorbești și totodată, menționând și **soluționând exact problemele** pe care el le are.

Iar vânzarea asta propriu-zisă trebuie făcută mai mult prin niste sfaturi naturale pe care tu îi le oferi persoanei respective.

!! Un alt secret pe care ți-l ofer este că în conversațiile astea să pari mai experimentat decât persoana cu care vorbești. Nimeni nu ar cumpăra ceva de la cineva pe care îl considera sub nivelul sau. Trebuie să fii peste nivelul persoanei cu care discuți sau macar la același nivel.

Am să îți ofer acum un exemplu de milioane care te va ajuta să înțelegi mult mai bine cum trebuie puse în aplicare etapele astea 2.

Să spunem că mi-a răspuns cineva din audienta lui Andrei Valentin și din schimbul de întrebări pe care l-am avut în prima etapa am aflat următoarele:

- A încercat dropshipping în trecut și a eșuat dar acum s-a gândit să se reapeuce iar **(CONTEXT)**

- Și-a creat un magazin dar nu știe ce produse să aleagă și de unde să le ia **(PROBLEMA)**

- Obiectivul lui e să ajungă la un venit de macar o mie sau două de euro pe luna încât să scape de job-ul la care merge zilnic **(DORINȚĂ)**

Observi cum din niste simple întrebări am reușit să îmi formez un profil specific și detaliat al persoanei cu care discut?

Acum am o grămadă de arsenal pentru a tranzitiona în ETAPA 2...nu uita, totul trebuie să fie în natural:

Știi ce?

ENTER

Pe tine te-ar ajuta mult Gruparea Richest fiindcă din cate ai spus, problema ta cea mai mare acum e că nu știi ce produse ar funcționa și de unde să le iei

ENTER

Și eu sunt intrat în Grupare și observ zilnic membrii postează acolo produse noi și mentorii, împreună chiar cu Andrei Valentin, îți oferă părerea lor exactă dacă vă funcționează sau nu produsul respectiv

ENTER

Plus că ai apel săptămânal cu mentorii, îți răspund ei la orice alta întrebare pe chat, ai cursuri pas cu pas, totul e foarte bine structurat și chiar consider că te-ar ajuta să ajungi la venitul ăla de 2-3 mii de euro pe luna încât să te lași de job

Observi ce tranziție naturală, personalizată și plină de avantaje concrete i-am format?

Studiază cât mai bine exemplele astea pe care ți le-am oferit fiindcă așa vei învăța să continui orice conversație și să pui în aplicare cât mai bine cele 2 etape.

6.5. Ultimul pas din metoda asta de mesaje directe este **finalizarea tranzacției**.

Cu etapele cele 2 pe care ți le-am oferit ar trebui să poți vinde cu succes serviciul către omul cu care discuți.

Dar vânzarea asta înseamnă mai mult convingere...practic, ai convins omul să cumpere Gruparea Richest sau ce alt serviciu ți-ai ales.

Dar cum îl faci să cumpere prin link-ul tău și să nu rămână conversația așa în aer fara ca el el să intre pe Google să caute Gruparea Richest peste 2 săptămâni că tu să ramai fără comision?

Pentru asta trebuie să înveți cum să finalizezi tranzacția.

Finalizarea tranzacției se aplică doar atunci când ai făcut cu succes trecerea către etapa 2 din conversație și **ești sigur că ai convins îndeajuns** de mult persoana cu care discuți.

Că să înțelegi mai bine la ce mă refer, în exemplul pe care l-am oferit mai sus nu aș fi continuat imediat după cu finalizarea tranzacției fiindcă ar fi fost mult prea devreme.

Aș fi continuat să mai discut puțin și eventual chiar să îi mai ofer câteva beneficii înainte de a încearcă să finalizez tranzacția, încât să mă asigur că omul e cât mai convins pentru a cumpără.

Un secret bun este să le trimiți chiar rezultate ale serviciului respectiv când ești în etapa 2.

Spre exemplu, în Gruparea Richest noi oferim afiliaților un folder pe Google Drive care e plin cu rezultate pe fiecare domeniu în parte.

Deci, un alt aș în mânecă pe care îl ai este să intri în acel folder și să descarci 2-3 rezultate fix din domeniul de care el e interesat și să le trimiți omului respectiv.

!! Iți repet din nou, obiectivul tău aici este să te asiguri că omul cu care vorbești e cât mai convins de serviciul pe care tu îl vinzi înainte de a încercă să finalizezi tranzacția.

Dacă te-ai asigurat de asta, îți voi oferi eu încă un exemplu concret mai jos că să înțelegi exact cum aș finaliza eu o tranzacție:

Ce spui vrei să îți fac rost de un link cu aproape 50% reducere la abonamentele din Gruparea Richest?

ENTER

În mod normal costă \$49 pe luna că să intri, dar îți pot trimite un link special cu reducere la \$29 pe luna.

ENTER și aștepti confirmarea pozitivă, iar apoi continui cu:

Uite îți las link-ul mai jos îți sugerez să profiți acum fiindcă au locuri limitate la reducere

ENTER

Anunță-mă după ce ai luat că să îți explic care sunt următorii pași

Observi cum m-am folosit de oferta specială și de reducere?

Lucruri pe care le-am studiat și pus la punct în primul pas din metoda asta.

Ce vreau să mai observi este faptul că **am așteptat o confirmare pozitivă** de la persoana respectivă înainte de a trimite link-ul meu de afiliat.

O mare greșeală a celor care fac asta este că trimit așa dintr-o dată link-ul pe genul "ia frate îți las aici dacă vrei să intri". O să și intre dacă e...

Aștepti confirmare pozitivă și de abia apoi trimiți link-ul, așa se procedează.

Totodată, observă cum **am menținut control până la final.**

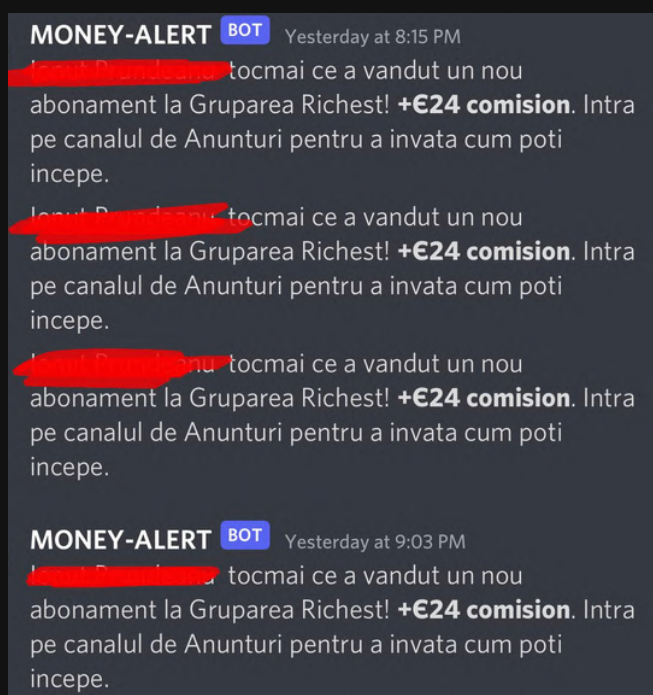
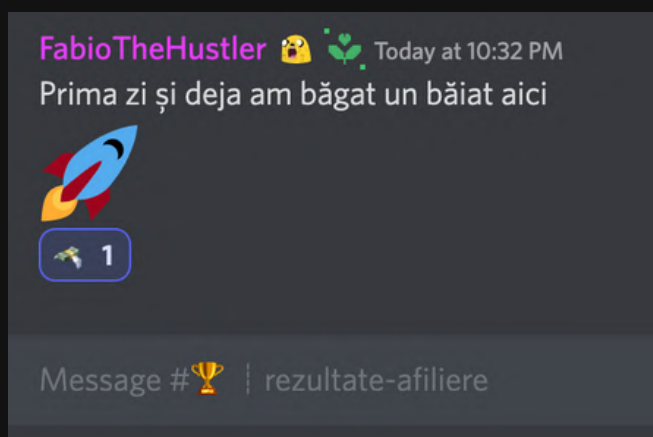
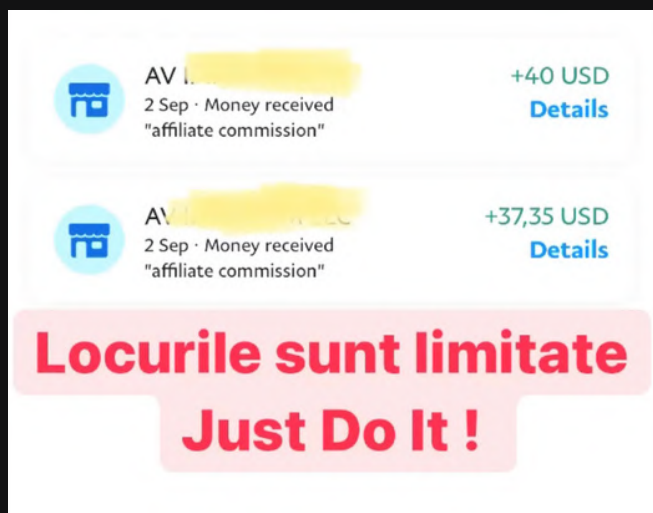
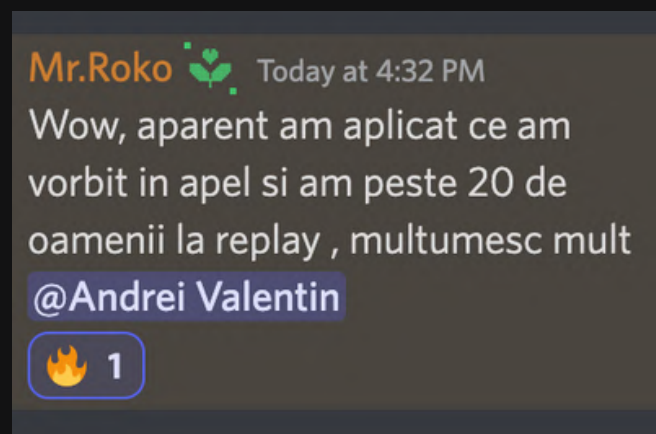
I-am spus să mă anunțe după ce a cumpărat încât să îi explic care sunt următorii pași.

Nu e nimic wow de explicat, ci e mai mult **un secret psihologic** încât să simți că le oferi susținere chiar și după achiziție, plus să simți că trebuie să o faci acum.

Dacă vrei să ai succes în vânzări directe, fie prin mesaje, la telefon sau fata în fata, **trebuie să înveți cum să deții mereu controlul conversației.**

BAM! Așa se folosește metoda de promovare prin mesaje directe. Ca la carte. Pas cu pas. Mura-n gura. Nu ai nici macar o singură scuză. O buget, totul de la A la Z aici. **Pune-te pe treabă și asigura-te că te menții mesaje trimise la 30-40 de persoane noi în fiecare zi.**

Iar ca să te asiguri și să îți arat totodată că strategiile pe care ți le-am oferit chiar funcționează, **îți spun că sunt folosite chiar de absolvenții Grupării Richest** pe marketing afiliat și îți voi lasa mai jos **câteva dintre rezultatele lor** încât să te convingi singur.



vezi mai multe pe richest.ro/rezultate

7. PROMOVARE PRIN TIKTOK ORGANIC

O alta metodă de promovare pe care ți-o ofer gratuit în acest eBook - **promovarea prin videoclipuri organice pe TikTok.**

Este totodată o metoda extrem de simplă, dar și foarte eficientă, una chiar folosita de afiliații multor antreprenori din online.

Asta e una dintre puținele metode care NU necesită buget și cu care poți totuși să scalezi și ajunge la sute de comisioane pe luna din afiliere.

Să ajungi la nivelul de sute de comisioane pe luna din afiliere necesita de obicei investiții considerabile pentru reclame plătite.

Dar asta e printre putinele metode gratuite pentru a atinge acel nivel.

Exista totuși un singur dezavantaj - nu e o metoda care se poate aplica chiar la orice serviciu de tip abonament cu comision recurent.

Metoda asta o poți folosi doar la servicii care sunt asociate unui brand personal, unei persoane publice care te lasă să îi folosti imaginea pentru promovare fiindcă așa funcționează cel mai bine.

Spre exemplu, daca Selly te-ar lăsa să fii afiliat la cursul lui de vlogging, ai putea să te folosești de conținutul lui de pe YouTube și să creezi TikTok-uri cu secvențe din clipurile lui lungi pentru a îi promova cursul.

Un exemplu și mai concret care se și aplică este Russell Brunson, fondatorul ClickFunnels.

Daca nu ai auzit până acum de ClickFunnels poți da un search rapid pe Google, dar este un serviciu tip abonament care totodată oferă și un program de afiliere cu comision recurent, unul chiar destul de bun.

Serviciul asta ClickFunnels este reprezentat în mod direct de către Russell Brunson prin imaginea publică pe care o are și videoclipurile lui de pe YouTube, TikTok, etc.

Deci, te poți folosi efectiv de videoclipurile lui Russel Brunson de pe YouTube și să creezi videoclipuri scurte pe TikTok în timp ce promovezi serviciul său, ClickFunnels, și câștigi comision recurent pe fiecare vânzare.

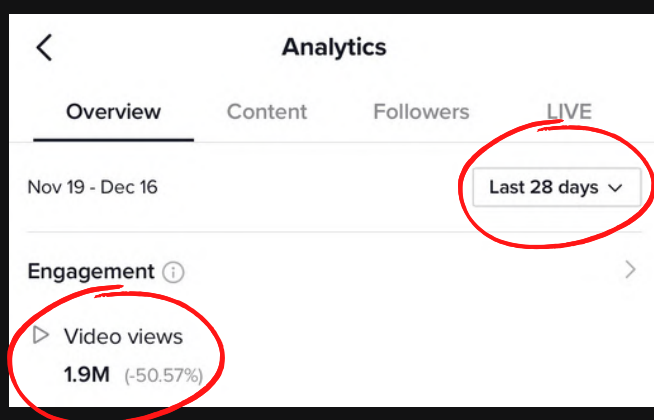
La fel se aplica până și la Gruparea Richest - sunt mulți absolvenți ai Grupării care produc zeci de comisioane noi în fiecare luna doar postând niste videoclipuri pe TikTok cu fața mea.

Efectiv îşi descarcă videoclipurile mele de pe YouTube şi le scurtează în mai multe parti, le aduga scris, efecte şi le postează pe TikTok pentru a genera sute de mii de vizualizări **COMPLET GRATUIT**.

Poate acum înţelegi mai bine de ce metoda asta cu TikTok-urile e atât de eficienta.

Daca chiar te dedici şi devii bun la asta poţi efectiv să faci milioane de vizualizări pe TikTok în fiecare luna - **vizualizări care să convertească apoi în zeci de comisioane noi, daca nu chiar sute, în fiecare luna.**

Să îţi ofer şi niste rezultate concrete, **îţi ataşez mai jos statisticile contului meu personal de TikTok care a generat puțin peste 2 milioane de vizualizări pe ultimele 28 de zile** - şi a fost o **lună slabă** după cum poţi observa şi tu scăderea din paranteza.



Am avut luni şi cu 8-10 milioane de vizualizări pe un singur cont de TikTok, într-o singura luna.

Sper că acum chiar înţelegi de ce videoclipurile organice pe TikTok sunt o strategie extrem de puternica...**un avantaj şi mai mare îl ai fiindcă prea puţini stiu să facă TikTok-uri care prind cu adevărat şi chiar ajung virale.**

Pentru că eu sunt un dulce şi vreau să te ajut la maxim, chiar dacă nu primesc nimic în schimb pe cartea asta gratuită, îţi voi oferi întreagă strategie pentru a posta TikTok-uri organice care să-ţi producă zeci de comisioane noi în fiecare lună pe marketing afiliat.

PLUS - încă ceva...iar aici chiar sper să nu regret. Am întrebat cunoştinţe apropiate mie (am un cerc foarte bine ales de oameni cu care mă sfătuiesc) **şi toţi mi-au spus să nu ofer asta într-o carte gratuită.**

Sunt încăpăţânat de fel :) - Berbec... nu le am cu zodiile sincer, dar am auzit că ăştia sunt încăpăţânaţi de fel.

Am să îţi ofer în cartea asta gratuită CRITERIUL MEU SECRET pentru a ajunge viral pe TikTok.

Un criteriu format din **3 principii esenţiale** care îţi oferă **şanse maxime de succes** cu fiecare videoclip postat şi totodată, îţi scurtează enorm procesul încât **să ajungi mai rapid la rezultate.**

Ca idee, am reușit să definesc criteriul asta secret după ce am generat peste 600 de mii de urmăritori pe TikTok pentru contul richest.ro, contul meu personal și alte conturi pe care le-am mai testat.

Deci sper să înțelegi că e treaba serioasă și să apreciezi valoarea oferită.

Am să ofer în continuare că exemplu brandul meu personal și Gruparea Richest fiindcă mulți dintre voi sunteți deja familiari și rezonați cu asta încât să vă fie mai ușor să înțelegeți cum trebuie aplicata strategia.

Pe canalul meu de YouTube ai la dispoziție zeci de videoclipuri în care discut despre tot felul de subiecte, videoclipuri lungi pe care le poți descărca și **din care poți extrage 3-4 secvențe** care pot prinde bine pe TikTok.

7.1. Primul pas este evident să îți creezi și să setezi contul de TikTok pe care o să postezi.

Este important că numele contului să aibă legătură cu persoana publică de la care vrei lua conținut.

În exemplul nostru, numele contului trebuie să aibă legătură cu numele meu încât să aibă credibilitate cât mai mare, să para un cont de-al meu și oamenii să aibă încredere.

*Câteva exemple de denumiri pe care ți le pot oferi pentru cont ar fi **andreivalentin11, avtheshark, avrechinul, andrei_rechinul**, etc.*

La poza de profil aș lua efectiv o poza de la mine de pe Instagram încât să para cât mai credibil.

Ca și bio (descrierea contului de TikTok), nu ar trebui să pui nimic acolo până nu faci prima mie de urmăritori.

Imediat cu faci o mie de urmăritori poți să îți pui link-ul tău de afiliat de la serviciul pe care îl promovezi, iar deasupra, în descriere, să menționezi ceva de serviciul pe care îl promovezi.

În cazul nostru, aș avea în descriere textul “👉 Gruparea Richest ↙” sau textul “👉 Învăț de la Mentori ↙” iar dedesubt link-ul de afiliat.

Dar după cum am spus, asta vei face după ce atingi prima mie de urmăritori fiindcă până atunci nu vei avea opțiunea de a pune link-ul în bio

7.2. Al doilea pas este să te apuci de postat acum că ai contul de TikTok creat.

Toată concentrarea ta de acum încolo trebuie să fie pe a crea și posta videoclipuri cu potențial cât mai mare să ajungă virale pe TikTok.

Îți recomand să postezi un minim de 2-3 TikTok-uri pe zi, pe un cont. Idealul și totodată maximul ar fi de 4-5 TikTok-uri pe zi, pe un cont.

Orele de postat pe care ți le recomand sunt 13:00, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00.

E important să înțelegi și faptul că videoclipurile pe care le postezi **trebuie să fie complet originale**, adică să fie făcute de tine, nu să descarci TikTok-uri de la alte conturi sau videoclipuri de pe Instagram Reels și să le postezi pe contul tău de TikTok cu speranță că vor prinde...**nu vei reuși.**

Totodată, **videoclipurile postate trebuie să aibă formatul de TikTok**, 16:9, adică să fie făcute în dimensiunile 1080x1920.

Nu posta videoclipuri cu bara neagra sus-jos fiindcă îți vei reduce cu mult șansele de a ajunge viral.

7.3. Te voi învăța în continuare cum să alegi efectiv secvențe dintr-un video de pe YouTube încât să crezi TikTok-uri cu potențial.

Voi lăsa ce-i mai bun și mai important pe final, criteriul meu secret pentru succes. Mai întâi vreau să înțelegi cum ar trebui făcute TikTok-urile.

Spre exemplu, la mine pe contul de YouTube găsești zeci de videoclipuri în care discut tot felul de subiecte care au potențial să prinde pe TikTok.

Poți lua videoclipurile la rand sau la alegere în funcție de subiect, nu prea contează, dar din fiecare videoclip de pe YouTube ar trebui să poți extrage macar o secvență sau doua pentru TikTok.

Și cea mai buna metoda pe care ți-o recomand este să alegi efectiv un videoclip și să te uiți la acel video cap-coada, să ai un carnet lângă tine și să dai pauza de fiecare data când ți se pare că spun ceva ce ar putea prinde pe TikTok...ceva controversat, o opinie care poate stârni discuții sau ceva ce crezi că vă fi distribuit și la care oamenii vor comenta.

Pui pauză la videoclip și îți notezi exact minutul și secunda din video la care am spus acele lucruri care tu consideri că vor prinde.

La finalul fiecărui video ar trebui să ai pe carnet minim 2-3, ideal 4-5 secvențe diferite pe care le poți folosi în diferite TikTok-uri.

Îți sugerez să folosești o singura secvență, maxim 2 pe fiecare TikTok în parte.

Contează evident și cât de lungă e secvență aleasă, dar o să înțelegi mai bine când îți voi arăta în scurt timp câteva exemple concrete și îți voi oferi chiar și criteriul meu pentru TikTok-uri virale.

Videoclipul de pe YouTube din care ai ales secvențele vă trebui să îl descarci încât să îl editezi și să extragi efectiv acele secvențe.

Pentru a descărca videoclipuri de pe YouTube, îți recomand să o faci neapărat full HD, adică 1080p nu 720p, 2 site-uri pe care ți le recomand sunt snapinsta.io și youtubeto.org.

7.4. Suntem acum la pasul în care editezi secvențele propriu-zise pe care le-ai selectat încât să le transformi în TikTok-uri de succes.

Pasul la care mulți se sperie fiindcă nu știu să editezi și se pierd...dar dacă tu ești cu adevărat interesat și determinat, îți dorești pe bune să ajungi la succes și la un venit stabil din asta, atunci sunt sigur că vei avea ambiția necesară să înveți.

Variantele sunt multiple sincer...poți edita direct de pe telefon sau poți învăța cum să editezi pe calculator.

Ca aplicații de editare pe telefon îți recomand InShot și CapCut.

Pentru calculator îți recomand Premiere Pro, Filmora, iMovie sau FinalCut pentru MacBook.

Evident că nu am cum să îți arat aici efectiv cum să editezi un TikTok în fiecare dintre aplicațiile și programele menționate, dar sunt sigur că te descurci cu o simplă căutare pe YouTube.

Caută specific despre cum să editezi în aplicația aleasă și vei observa multiple videoclipuri bune și tutoriale specifice pe fiecare subiect.

Până la urma poți edita chiar și direct în aplicația de TikTok dacă ești ambițios și determinat fiindcă nu e nimic wow de editat...doar trebuie să tai anumite parti, să adaugi ceva text, un zoom sau doua și eventual ceva efecte, stickers, emoticoane, etc.

Pentru a te ajuta și mai mult cu procesul ăsta de editare am să îți ofer chiar și câteva exemple concrete de TikTok-uri bune care sunt editate în stilul asta de care am discutat și **de la care te poți inspira** încât să reușești ceva cât mai similar, ideal chiar mai bun.

Îți las link-urile mai jos și le poți deschide într-un browser dacă le dai copy-paste:

<https://www.tiktok.com/@andreirec hinul/video/7159598302474915077>

<https://www.tiktok.com/@andreirec hinul/video/7155854904899210501>

<https://www.tiktok.com/@andreivale ntinn/video/7162102853463444742>

<https://www.tiktok.com/@andreirec hinul/video/7154327397549083909>

<https://www.tiktok.com/@andreivale ntinn/video/7152558573036276997>

Exemplele oferite mai sus toate sunt bune și chiar au prins.

Vreau să fii atent în special la secvențele extrase, nu la stilul în care sunt editate, lasă asta pe locul 2 momentan.

Secvența extrasă e cea mai importanta, dacă secvența nu e una care să stârnească discuții, **atunci nu vei reuși să ai succes și să ajungi viral** indiferent de cât de bun e stilul tău de editare.

Primele 2-3 secunde ale TikTok-ului sunt cele mai importante și vei înțelege mai bine de ce imediat cum ajung la criteriul meu secret pentru succes pe TikTok.

Dacă primele secunde nu instigă intrigă sau nu stârnesc interes, șansele sunt slabe să ai succes cu un video pe TikTok.

Poți observa chiar și în exemplele oferite că toate lasă loc de interpretare, stârnesc discuții, controversă sau sunt distribuite că faze interesante între prieteni.

7.5. Ultimul lucru pe care ți-l mai pot oferi (și cel mai important totodată), este **CRITERIUL MEU SECRET** pentru șanse cât mai mari de a ajunge **viral pe TikTok**.

Îți voi oferi **3 reguli exacte** care pe mine m-au ajutat să generez în total **peste 600 de mii de urmăritori** pe TikTok pe 2-3 conturi.

PRIMA REGULA e să te concentrezi pe primele 2-3 secunde ale TikTok-ului, primele secunde sunt cele mai importante și **determină dacă oamenii rămân sau nu**.

Încearcă să ai ceva șocant sau ceva ce stârnește intrigă, stârnește curiozitate, ceva ieșit din comun.

Trebuie să înțelegi că fiecare TikTok care ajunge viral stârnește o emoție de la oamenii de rand care consumă conținut de pe TikTok, iar asta poți observa și din exemplele pe care ți le-am oferit mai devreme.

Exemplul acela în care vorbeam de părinții mei că s-au despărțit a stârnit o emoție de mândrie și bucurie din partea oamenilor de pe TikTok, a generat aprecieri și cuvinte de lauda în comentarii, de asta a și funcționat bine.

Daca nu stârnește discuții, fie în mod pozitiv sau negativ, nu va reuși. Asta e realitatea în ziua de azi fiindcă asta se consumă.

Exemplul în care vorbesc despre cum și când ar trebui să te lași de scoală poate stârni o emoție de furie, de supărare...alt TikTok în care mă dau mare șmecher cu ce rezultate și viață top am eu mai mult că sigur vă stârni sentimente de invidie...

E psihologia umană de care te poți folosi mai ales în primele 2-3 secunde încât să oferi TikTok-ului tău șanse cât mai mari de succes.

A 2-A REGULA este să ai o dinamica cât mai buna la TikTok-uri, fiindcă atenția oamenilor care consuma TikTok este distrusa la propriu.

În majoritatea timpului pe TikTok vezi doar chestii prostești, amuzante, certuri, chestii controversate, gagici, etc.

Ca tu să ai succes cu un video cu scop educațional, nu doar că trebuie să ai **un început bun care captează** și o **secvență bine aleasă** care stârnește discuții, dar totodată să ai și o continuitate buna, **o dinamica pe întregul TikTok încât să nu plictisești oamenii** care rămân să se uite.

Prin dinamica bună mă refer mai concret la acțiuni rapide, tăieturi mai dese și mai rapide pe video, textul să se schimbe mai rapid, zoom-uri, etc.

A 3-A REGULA este să faci TikTok-uri cât mai scurte.

Îți sugerez să nu depășești 30 de secunde cu niciun TikTok, cu cât e mai scurt cu atât mai bine, de obicei cele între 8 și 15 secunde ajung mai ușor virale.

Deci prin asta reiese faptul că e important să tai din video orice parte care nu are sens, orice pauza în vorbire, orice moment care nu ajuta sau chiar secvențe care crezi că nu au rost să fie acolo.

Dacă există anumite propoziții sau mențiuni în video care tu crezi că nu au rost, nu vor ajuta, nu vor stârni discuții, controversa sau emoții, atunci mai bine le ștergi decât să le lași acolo - **fiecare secundă contează într-un TikTok viral, nu uita asta.**

Astea sunt **cele 3 reguli secrete** pe care le-am folosit împreună cu echipa mea de-a lungul timpului și mereu au dat roade.

Din cate observi, nu sunt complicate, sunt chiar simple, dar prea putini țin cont de ele, iar tu poți avantaja mult din punctul asta de vedere.

Ai acum formula concretă pentru a pune în aplicare strategia asta și pentru a atinge comisioane în afiliere prin TikTok-uri organice.

Încă o metoda de promovare pe care ți-am oferit-o pas cu pas, împreună cu un criteriu de mare valoare.

E timpul să te pui serios pe treaba și aștept să îmi trimiți pe Instagram rezultatele tale.

8. PROMOVARE PRIN RECLAME PLĂTITE

Promovarea prin reclame plătite pe TikTok, Google, Instagram sau Facebook **este o altă metodă prin care poți face rost de comisioane în afiliere pentru a construi un venit stabil.**

Totuși, **avem 2 dezavantaje** aici și îmi pare rău că încep cu veștile proaste dar mereu consider că e mai bine să fii direct și transparent:

1. Nu poți rula reclame pe gratis... deci ai nevoie de un buget pentru metoda asta.

2. Să rulezi reclame pe Instagram, Facebook, TikTok sau Google nu e chiar atât de ușor pe cât poate că suna...platformele astea sunt complexe și din păcate **nu voi avea cum să îți ofer pas cu pas formula în scris.** E tipul de strategie care trebuie văzută printr-un training, nu poate fi explicata prin text.

Avem și vesti bune, foarte bune chiar:

1. Dacă înveți cum să rulezi reclame pe platformele astea sociale poți genera comisioane **la foc automat...** fără să mai fie nevoie să depui muncă zilnică.

2. Este din nou o metodă care nu te limitează fiindcă poți scala reclamele dacă le atribui mai mult buget. **Așa poți atinge din ce în ce mai multe comisioane.**

Ca să îți ofer totuși o direcție mai concreta, **îți sugerez să începi cu Google Ads** fiindcă le poți face cu un buget mic și acolo ai avantajul că reclamele pe care le rulezi sunt **bazate pe interes și căutări.**

Pentru a înțelege mai bine la ce mă refer, **pe Google rulezi reclame pe baza de interes și căutări fiindcă oamenii caută despre un anumit lucru** și tu poți avea reclama care să le apară fix pe căutarea lor.

În schimb, pe Instagram, Facebook și TikTok rulezi reclame pe baza de impulsivitate fiindcă reclama ta întrerupe oamenii din acțiunea lor de a se relaxa pe platforma respectiva... ei nu caută acel lucru pe care tu îl vinzi așa cum e pe Google.

În concluzie, marketing-ul acolo e mult mai greu și la un nivel mai înalt pentru că tu dai buzna peste oameni cu reclamele tale și trebuie să le stârnești impulsivitatea de a lăsa orice altceva ce aveau de făcut, să iasă din plictiseala și pierderea lor de timp încât să îți cumpere tie serviciul pe care îl promovezi.

Pentru motivele menționate, îți sugerez să începi cu reclamele pe Google.

După cum am zis, acolo poți începe chiar cu un buget mai mic, deci e un avantaj în plus.

Ți-am menționat că nu îți pot oferi din păcate pașii exacti în scris fiindcă e nevoie să vezi cu ochii tai întregul proces **dar dacă ai posibilitatea să investești în educația ta și ești cu adevărat determinat pentru a ajunge la rezultate, te aștept în Gruparea Richest unde ai parte de un training complex de o ora doar pentru reclame pe Google.**

Prin acel training înveți pas cu pas cum să creezi reclame eficiente și care chiar dau rezultate începând cu un buget de doar 10 lei pe zi.

9. INTERPRETAREA STATISTICILOR

Acum că ai învățat 3 metode diferite de a aduce trafic și a promova serviciul ales pentru a-ți construi un venit pasiv din marketing afiliat la abonamente cu comision recurent, **un alt lucru pe care trebuie să îl înveți este interpretarea statisticilor.**

În contul tău de afiliat de pe platforma de afiliere pe care ai ales-o, **ar trebui să ai niste rezultate în legătură cu link-urile tale**, asta dacă evident, platforma de afiliere pe care ai ales-o este și una buna.

În contul tău de afiliat ar trebui să observi cât trafic, câți oameni au intrat pe link-urile tale și totodată, cel mai important, câți au și cumpărat.

Tot acolo ar trebui să găsești și o rata de conversie între traficul adus și oamenii convinși să cumpere serviciul pe care tu îl promovezi.

E important să îți studiezi aceste rezultate fiindcă aici poți observa clar dacă faci o treaba bună sau nu cu metodele de promovare pe care le-ai ales.

Un alt sfat pe care ți-l recomand este să îți creezi mai multe conturi de afiliat pe platforma de afiliere pe care ai ales-o.

Ideal este să ai un cont diferit de afiliat pentru fiecare metoda de promovare în parte, încât să ai link-uri și statistici diferite de la o metoda de promovare la alta.

Așa vei cunoaște cu certitudine care metoda funcționează și care nu.

Dacă folosești același cont de afiliere și link pentru mai multe metode de promovare la grămadă, **nu vei cunoaște sigur care metoda funcționează și care nu.**

10. SCALAREA ȘI AUTOMATIZAREA ÎN MARKETING AFILIAT

Ți-am pus la dispoziție 9 pași exacti pentru a atinge rezultate în marketing afiliat...ai întregul proces și acum nu mai e loc de vreo scuza.

Adaug cireasă de pe tort cu al 10-lea pas.

Marketing-ul afiliat chiar e un model frumos de afacere și unul care totodată merge automatizat și scalat până la punctul în care tu poți câștiga venit complet pasiv și chiar din ce în ce mai mare.

Asta ar și trebui să fie obiectivul tău. Nu ar trebui să te satisfaci cu doar câteva conversii pe lună.

Îți sugerez că la început să îți reinvestești tot profitul în îmbunătățirea metodelor de promovare, să investești în cursuri, mentorate, educație și reclame.

Totodată, îți recomand să investești în automatizarea afacerii încât să poți să rulezi marketing-ul afiliat pe pilot automat.

Nu multe afaceri îți oferă posibilitatea asta și ar trebui să profiți la maxim când vine ocazia.

Un exemplu concret, prima metodă de promovare pe care ți-am oferit-o cu mesaje directe pe Instagram poate foarte ușor să fie automatizată dacă iei pe cineva în echipa ta care să dea mesaje în locul tău și să primească un salariu fix la lună sau poate chiar procent din comisioanele generate.

Poți scala chiar cu mai mulți oameni în echipa, nu unul singur.

Asta se aplica și la a 2-a metodă de promovare, cea cu clipurile organice pe TikTok.

Pentru metoda a 3-a, poți lucra cu o agenție de marketing și promovare încât să nu mai stai tu să gestionezi reclamele, plus că ar trebui să ei să aibă și rezultate mai bune decât tine.

Personal, aș alege oricând o marja de profit puțin mai mica dacă în schimb primesc mai mult timp liber pentru a mă concentra pe alte surse de venit.

Cu cât mai multe surse de venit, cu atât mai bine.

Atât timp cât le construiești pe rand și nu încerci să faci prea multe în același timp, mai ales că începător - asta e o mare greșală.

În încheierea domeniului de marketing afiliat sper că apreciezi munca depusa, valoarea oferită și pașii concreți.

Arată-mi asta prin acțiune și prin rezultate pe care mi le poți trimite pe Instagram.

Dacă ești pregătit să treci la nivelul următor te aștept și în Gruparea Richest.

Poți verifica direct pe richest.ro dacă mai sunt locuri disponibile la reducere încât să profiți de un preț cât mai bun.

Iți recomand acum să sari peste celelalte domenii, având în vedere că marketing-ul afiliat a fost cel potrivit tie.

Te aștept la pagina 82 unde vei găsi o încheiere a cărții.

DROPSHIPPING

Domeniul de dropshipping este cel în care eu am cea mai mare experiență și cele mai multe rezultate.

În acest eBook îți voi oferi întreaga strategie și toți pașii compleți pentru a începe să vinzi produse cu un magazin online pe Romania.

La început vă fi nevoie să cumperi produsele și să ai stoc fizic în 90% din situații, dar **imediat cum dai de un produs bun îți voi oferi chiar și 2 metode** pentru a face trecerea la dropshipping în toată regula.

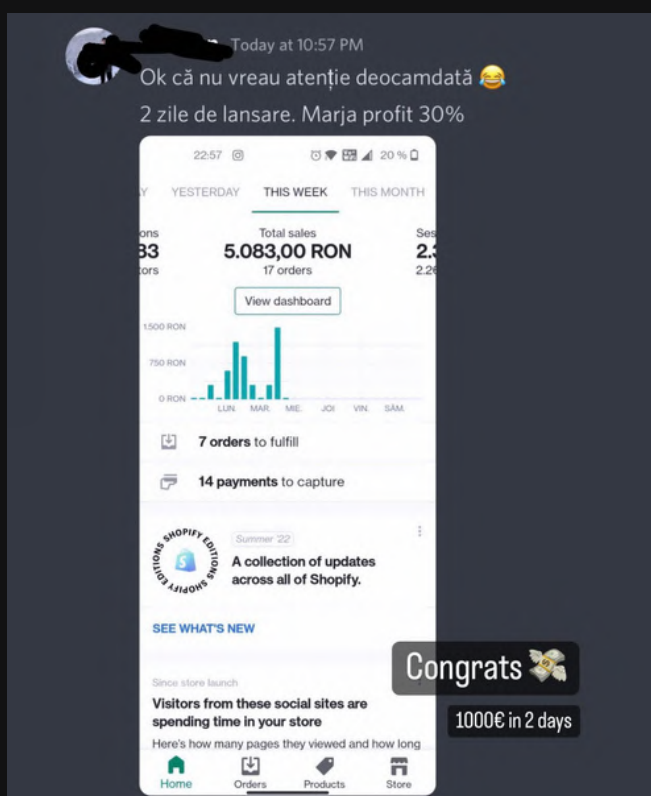
Am să îți explic și pe scurt de ce am ales **să îți ofer o strategie de a vinde pe Romania produse dropshipping** și nu pe Europa sau SUA, dar fără să intru prea mult în detalii fiindcă nu are importanță așa mare și ar trebui să te încrezi în mine că încerc să îți ofer cele mai bune șanse de succes aici.

Am reușit să generez peste \$1M în vânzări cu propriile magazine pe dropshpping, plus alte sute de mii de dolari pe magazinele celor cu care am colaborat, cât și celor pe care i-am mentorat de-a lungul timpului și care mi-au fost studenți.

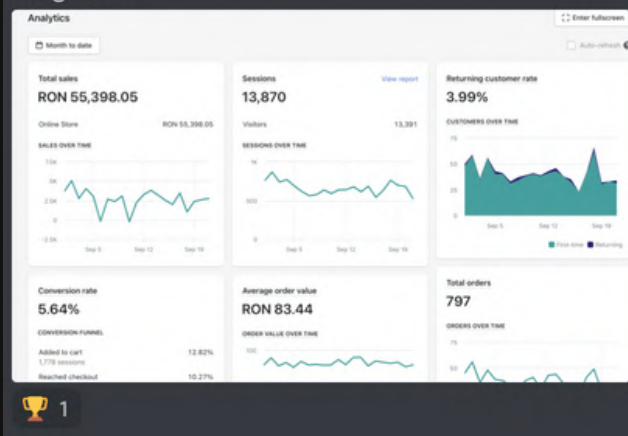
Cu un buget de doar 500 de lei vei afla din acest eBook, complet gratuit, toți pașii de care ai nevoie, de la A la Z, totul mura-n gura, încât să ajungi la rezultate reale în domeniul de dropshipping.

Strategia asta e bazată pe întregul training, unul mult mai complex și mai detaliat, oferit în Gruparea Richest.

Sunt mulți absolvenți ai Grupării Richest care au ajuns la rezultate în vânzări pe Romania cu un buget de doar 500 de lei.

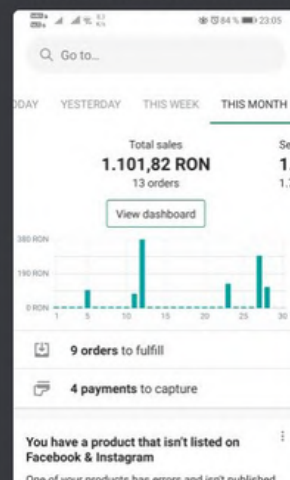


Unul dintre magazinele de e-comm pe care le am, 30% profit margin (edited)



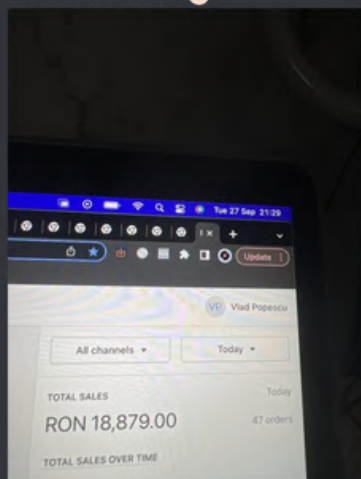
Laur 🤖 Yesterday at 11:06 PM

Cam asa arata primele 3 săptămâni de la lansarea site-ului



Vlad Popescu 🤖 Today at 9:29 PM

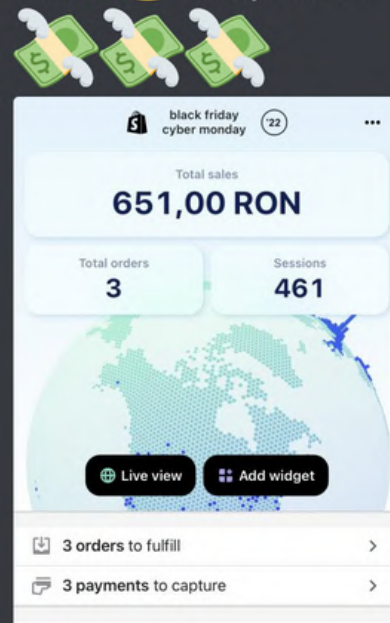
12 ore mai tarziu 🙌



🔥 5 💰 2 😊 2



ioana.tea 🤖 Yesterday at 10:02 PM

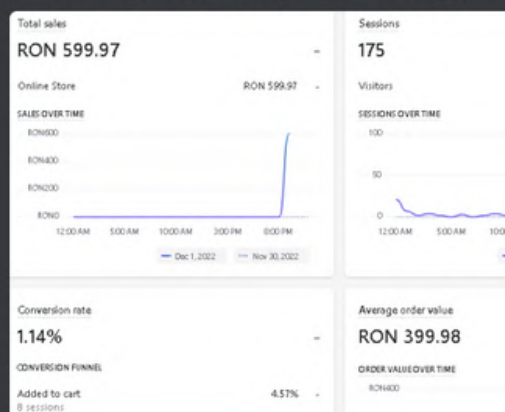


💰 6 😊 1



ANDREI 🤖 Today at 9

Prima comanda pe un magazin



❤️ 4

mai multe pe richest.ro/rezultate

Vreau să te las complet mască cu nivelul înalt și valoarea informațiilor pe care le vei primi până și din cartea asta gratuita.

Daca nici asta nu merita un share pe story cu tag la @andrei.valentin rechinul...atunci nu stiu ce altceva ar merita.

Asigura-te că îmi dai și follow pe Instagram daca nu ai făcut-o deja pentru a beneficia de mai multe informații și sfaturi gratuite despre dropshipping și vânzări online.

Daca nu știi deja ce e dropshipping-ul, îți explic rapid.

Pe scurt - este metoda de a vinde diferite produse fizice, din orice domeniu, pe un magazin creat de tine în online în timp ce totodată, nu tu deții stocul fizic al acelor produse pe care le ai pe magazin și pe care oamenii le pot cumpăra.

Tu lucrezi direct cu furnizorii produselor și ești doar un intermediar fiindcă trimiți de la furnizor direct către clientul care cumpără de pe magazinul tău.

Dropshipping-ul a devenit super popular datorită rezultatelor rapide pe care le poți avea. Doar dacă "arunci" un produs pe magazin și rulezi câteva reclame pe Instagram, TikTok și Facebook poți atinge sute de dolari în vânzări de pe o zi pe alta.

Sună simplu și chiar sunt multe cazuri reale, nimic exagerat, dar categoric nu e atât de ușor pe cât sună.

După cum ți-am menționat mai sus totuși, eu te voi învăța cum să vinzi produse pe Romania cu un magazin online care la început să dețină stocul produselor, iar mai apoi, imediat cum dai de un produs care aduce vânzări, să treci la metoda clasică de dropshipping în care tu nu mai trebuie să deții stocul produselor pe care le vinzi.

Vom proceda așa fiindcă am ales să **te învăț cum să vinzi pe Romania** iar aici în țară e mult mai greu să găsești furnizori care să aibă **produse bune** și cu mare potențial și care, totodată, să fie deschizi să trimită direct la client, adică să facă dropshipping.

Ți-am promis că îți zic și motivele pentru care îți ofer strategia de a vinde pe Romania și nu în afara țării iar apoi trecem la pașii concreți pentru a executa tot planul:

1. Motivul principal este că poți începe cu un buget mult mai mic, ceea ce avantajează mult începătorii. **Cei mai mulți care vor să înceapă în dropshipping au problema de buget**, nu au un buget îndeajuns de bun.

*Ca să începi dropshipping în Statele Unite spre exemplu, personal îți recomand un buget de minim 1500-2000 de euro pentru șanse bune de succes. **Pe România reducem și mai mult bariera fiindcă poți începe și cu un buget de doar 500 de lei.***

2. Un alt motiv este că e din nou mai ușor pentru începători să vanda pe Romania decât pe US...din nenumărate alte motive.

Spre exemplu, competiția e mult mai redusă. Nu sunt atât de multe magazine în online și atât de multe reclame. Prețul pe reclame în Romania **e mult mai mic.**

Produsele care au fost testate și saturate sunt mult mai puține. **În US e mult mai greu să găsești un produs nou** sau unul care nu e deja saturat la maxim de alții fiindcă ai o **competiție mult mai mare.** În Romania **e mult mai ușor** să atingi rezultate într-un timp mult mai scurt, plus **să gestionezi afacerea** fiindcă poți avea totul local sau la doar câțiva km distanță.

Ți-am oferit 15 motive într-unul singur, stii...**dar vreau să trecem direct la acțiune cât mai repede posibil.** Asta nu era ceva atât de important dar am vrut doar să ai parte de puțin mai mult context.

Vreau să mai răspund la câteva întrebări frecvente înainte de a trece la primul pas din planul nostru de atac, asta încât să elimin cât mai multe neclarități.

Q: Am nevoie de o firma?

A: La început nu mi-aș bate capul cu asta. Eu personal am făcut firma de abia după ce am reușit să dau de primul produs care să aducă zilnic vânzări constante, **macar 5-10 vânzări pe zi.**

Fiindcă vinzi pe Romania, asta e un alt avantaj. Nu vă fi neapărat necesar să ai o firma de la început fiindcă nu vei avea nevoie de ea cam nicăieri.

Poate că te întrebi dacă e puțin la negru toată treaba și din nou, personal nu mi-aș bate capul cu asta. **Începe să faci bani că lumea, să îți validezi ideea de business** și imediat cum dai de rezultate reale poți să mergi la un avocat să te ajute cu înființarea firmei.

Nu pierde timpul pe lucruri inutile la început, vreau să fii mai smart decât ceilalți. **Rechinii acționează rapid** și își concentrează puterea doar pe lucrurile care chiar pot face o diferență.

Q: Ce firma să fac când voi începe să am rezultate?

A: Personal recomand doar SRL, consider că PFA-ul nu e o opțiune chiar atât de potrivita. Poți lua legătură cu un avocat pentru a înființa un SRL, te costa în jur de 500-700 lei, vă fi gata în câteva zile și tu nu trebuie decât să semnezi niste acte.

Dacă ești în Gruparea Richeș scrie-mi acolo și îți voi oferi contactul direct către avocatul cu care eu personal lucrez.

Q: Cum se face contabilitatea și ce contabil să aleg?

A: Din nou, nu ar trebui să îți bati capul cu asta până nu ai rezultate și nu înființezi firma. Dar când vă fi momentul, poți alege orice contabil cu care să lucrezi. Doar să te asiguri că a mai gestionat companii pe domeniul tău de activitate, adică vânzări online.

Totodată, când vine vorba de actele și documentele pe care trebuie să le trimiți la contabil în fiecare luna, aici e un subiect mai complex. Când va fi momentul **poți verifica pe site-ul meu personal andreivalentin.com unde poți găsi un training de contabilitate** făcut special pentru cei cu magazine online. E la un preț foarte accesibil dacă vrei să îl ai separat, **dar e inclus și în Gruparea Richeș.**

Q: Când și cum fac să trec la modelul de dropshipping? Să nu mai trebuiască să cumpăr stoc de produse?

A: Am vrut să adresez asta cât mai devreme încât să ai deja o soluție de la bun început și să te poți concentra 100% pe strategie și pașii pe care îi vei primi de la mine.

Sunt 2 modalități prin care poți să scapi de a cumpără stoc de produse, dar pentru ambele îți sugerez să atingi un minim de 5-10 comenzi pe zi cu produsul respectiv.

Prima metoda - să discuți cu furnizorul direct de la care iei produsul, de pe eMAG sau orice alt site, încearcă să ajungi la furnizorul sau producătorul propriu-zis și să îi propui modelul de dropshipping în timp ce și el își mai ia un profit în plus de 2-3 lei pe fiecare comanda fiindcă se ocupa de împachetare și livrare direct la client.

A doua metoda - iei legătură cu un centru de depozitare, gestionare și livrări produse pentru magazine online. Sunt multe companii de genul și în România, **dar dacă ești în Gruparea Richeș mă poți întreba acolo și îți voi oferi contactul direct către cea mai buna opțiune.**

1. CHEIA SUCCESULUI

Vreau să înțelegi de la bun început - cel mai important factor, **cheia succesului în dropshipping este produsul.**

Vezi tu...dropshipping-ul nu e o afacere chiar atât de simplă. De fapt, e chiar complex fiindcă ai nevoie de abilitați în multiple domenii (copywriting, design, marketing, promovare, creare magazin, etc).

Daca ar trebui totuși să alegi un factor esențial în dropshipping trebuie să înțelegi că produsul este pe primul loc.

Produsul face 80% din treaba, 15% vă tine de marketing și 5% de magazin.

Și vreau de acum să înțelegi diferența dintre marketing și promovare.

Marketing-ul ține de unghiul, felul, cuvintele și arta prin care comunicăm oamenilor produsul tău.

Promovarea este metoda propriu-zisă prin care duci arta asta către oamenii potriviți.

Mulți se stresează cu promovarea fiindcă nu cunosc cum să promoveze, ce platforma să folosească...

Facebook Ads? Instagram? TikTok Ads? Sau Google poate...sunt prea multe variante...nu cunosc cum să creeze campaniile de promovare, etc.

Dar asta nu e de fapt problema.

Marketing-ul ar trebui să fie în prim plan. Metodele de promovare în ziua de azi sunt multiple, atât cele plătite cât și cele organice. Promovarea în ziua de azi e foarte accesibilă oricui.

*Să creezi o campanie de promovare pe Facebook, TikTok sau Google poți învăța dintr-un tutorial de pe YouTube...**marketing-ul e de fapt ceva ce nu poți învăța așa ușor** și problema începătorilor e că nu știu să facă diferență și ei se concentrează mai mult pe a învăța despre promovare decât despre marketing.*

Daca reușești să le comunicăm oamenilor produsul tău pe limba potrivită și să îi faci să simtă de-a dreptul cum al tău produs le poate rezolva o problema reală pe care le au și le pot îmbunătăți cu adevărat viață din multe puncte de vedere, atunci câștigi.

Nu uita, produsul e cel mai important în dropshipping. Apoi vine marketing-ul și, în ultimul rând, magazinul.

E important să înțelegi asta de acum că mai târziu dacă nu ai rezultate să știi pe ce să te concentrezi prima data.

O alta greșeală a începătorilor este că atunci când nu au rezultate în dropshipping se stresează prea mult pe magazin sau reclame, când de fapt produsul e de rahat.

Și pentru asta ai nevoie de un...

2. CRITERIU DE SELECTARE

...încât să ai șanse cât mai mari de succes cu fiecare produs dropshipping pe care îl testezi.

Am să îți ofer **o lista de câteva criterii** după care să îți alegi produsele pe care să le testezi. **Îți sugerez să nu testezi niciun produs care nu întâlnește întreagă lista** de criterii. Așa vei avea o șansă cât mai mare de succes.

Îți reamintesc că bugetul minim pentru strategia asta de dropshipping este de 500 lei, cu bugetul asta ar trebui să poți testa 2 produse diferite fiindcă îți sugerez **să cheltui undeva la minim 250-300 lei pe reclame** pentru fiecare produs pe care îl testezi, dar vei înțelege mai bine care-i strategia exactă când ajungem la reclame și promovare.

2.1. Produsul rezolva o nevoie reală sau îmbunătățește statutul clientului

Cu primul criteriu îți sugerez să testezi doar produse care rezolvă o nevoie reală a oamenilor SAU îmbunătățește statutul oamenilor.

Le voi explica pe amândouă, pe rand.

Un produs care **rezolva o nevoie reală** a oamenilor este acela care poate rezolva anumite probleme, dureri, frustrări sau disconfort.

Câteva EXEMPLE BUNE de produse care rezolvă o nevoie reală:

Sac de dormit pentru camping - Ai nevoie de un sac de dormit dacă mergi în camping, nu ai cum să dormi pe jos, îți rezolva o nevoie reală pe care o ai.

Perna ortopedică pentru șezut - Un produs cumpărat doar de oamenii care au probleme reale, dureri reale de șezut și de coloană.

Ochelari cu filtru pentru lumină albastră - Alt produs cumpărat doar de oamenii care petrec mult timp la calculator și au dureri, usturimi de ochi, niste probleme reale.

Deci, e simplu de înțeles. **Va trebui să te gândești rațional dacă produsul tău ar rezolva o problemă, o nevoie reală, un disconfort pentru oameni.**

Un produs care îmbunătățește statutul clientului este acela care poate să îți îmbunătățească încrederea în tine, care te face să te simți mai bine și să ai o părere mai buna despre tine însuți.

Câteva EXEMPLE BUNE de produse care îmbunătățesc statutul clientului:

Gene magnetice pentru femei -

Evident că le ajută la aspectul fizic, le vă crește încrederea și impresia personala despre ele însăși.

Lanț cuban unisex / brățară tennis unisex -

Un produs popular pentru femei cât și pentru bărbați în Romania care îți îmbunătățește statutul fiindcă te influențează să te simți mai bine despre tine și față de cum te văd cei din jur.

Regula asta cu îmbunătățirea statutului o vei găsi foarte des în categoria de accesorii, atât pentru femei cât și pentru bărbați dar nu numai.

Deci cu primul criteriu sper că ai înțeles, ideea e simplă. Trebuie că produsul să rezolve o nevoie reală pentru oameni SAU să le îmbunătățească statutul.

Una din doua. Dacă găsești unul care să le atingă pe ambele e și mai bine. Sunt și produse de genul, dar nu e necesar să le întâlnească pe ambele.

2.2. Produsul trebuie să aibă o marja de profit de minim 50-150 de lei.

Prin marja de profit mă refer la diferența dintre costul la care găsești să iei produsul și prețul la care consideri că poți vinde acel produs.

Nu aș testa niciun produs pe Romania la care să nu pot avea profit de macar 50 de lei. Ideal, aș vrea că profitul să fie în jur de 100, tot ce-i peste 100 de lei e și mai bine.

Nu uita să iei în calcul și prețul transportului fiindcă la început vă fi nevoie să comanzi tu produsul acasă și după să îl trimiți la client.

Poți pune clientul să își plătească singur transportul către el direct pe site dar neapărat să iei în calcul și costul transportului de la furnizor către tine, că tu apoi să îl trimiți la client.

De costul asta vei scăpa când vei reuși să depășești 5-10 comenzi pe zi pentru produsul respectiv încât să treci la nivelul următor în dropshipping pe Romania.

2.3. Produsul trebuie să aibă o valoare ridicată.

Mai exact, să para mult mai scump decât e de fapt.

Spre exemplu, poți găsi un kit de laminare gene pentru femei la doar **15-20 de lei** și să îl dai pe **80-100 de lei** fiindcă este un produs care pare să coste mai mult decât e de fapt.

Efectiv trebuie să te întrebi tu cât ai da pe produsul respectiv, dacă ți se pare că deja e prea scump și că nu poți să îi adaugi un adaos de macar 50 de lei, atunci nu e o alegere bună.

Dacă nu ești sigur pe tine, poți întreba câțiva apropiați. **Trimite-le o poza cu produsul și întreabă-i cât cred ei că e un produs de genul.**

Te poți uita și pe Google la alte site-uri, alți competitori încât să observi care ar fi un minim și un maxim la un produs de genul. **Asta e o alta metoda care te poate ajuta să îți dai seama la ce preț poți avea produsul tău și dacă îi poți adaugă un adaos de macar 50 de lei.**

Și astea sunt **cele 3 criterii principale de care vreau neapărat să ții cont cu fiecare produs** pe care decizi să-l testezi.

Asigura-te că le iei serios în considerare la fiecare produs. Cu cât le aplici mai bine, cu atât șansele tale de succes vor fi mai mari.

3. CĂUTAREA PRODUSULUI

Următorul pas este să te apuci efectiv de căutarea propriu-zisă a produsului pe care să îl treci apoi prin cele 3 criterii și să vezi dacă merita să mergi cu el mai departe sau nu.

Pentru început îți recomand să te folosești de eMAG ca și furnizor pe Romania.

Pe eMAG găsești cam orice chestie și de obicei la preturi foarte ok peste care poți adaugă totodată un adaos al tău.

Ideea este că eMAG îți oferă **enorm de multe opțiuni, flexibilitate mare și control**. Dacă un produs luat de pe eMAG îți funcționează atunci de acolo doar te vei îmbunătăți fiindcă vei reuși să îl iei apoi la un preț și mai mic iar profitul vă crește.

Poți lua legătură direct cu furnizorul care vinde prin eMAG, poți caută la alti furnizori din Romania sau chiar de pe lângă Romania, sunt multe alternative...până și pe OLX poți găsi furnizori buni.

Dar asta nu e un lucru pe care să îl faci la început, decât după ce ai un minim de 5 comenzi pe zi cu un produs.

La început ai nevoie de flexibilitate și să te poți mișcă cât mai rapid.

4. ALEGEREA PRODUSULUI

Ai învățat că produsul **e cel mai important factor**, ți-am oferit chiar și **o lista de criterii exacte** încât să ai șanse cât mai mari de succes, ai înțeles de unde și cum să cauți produse, **acum trebuie să alegi în sfârșit produsul cu care să mergi mai departe.**

Deci intra efectiv pe eMAG și începe să te uiți prin categorii, studiază site-ul eMAG din scoartă în scoartă și îți recomand să creezi un tabel simplu pe Google Sheets unde, în prima faza, să îți adaugi orice produs care îți sare în evidență.

Ideea e să cauți produse pe eMAG pentru o ora sau doua și orice îți sare în ochi adaugi direct în tabel.

La final de căutări, vei lua din nou produsele din tabel la rand și le vei trece pe fiecare prin cele 3 criterii. În funcție de cât de bine se potrivesc criteriile le vei da o nota.

Încearcă să ai minim 10 produse cu nota în tabel și mereu din 10 îți sugerez să alegi unul care are nota cea mai mare. Pe acela îl vei testa.

Daca simți nevoie de mai mult ajutor și mai multe exemple pentru alegerea produsului ai incluse în Gruparea Richest training-uri care te ajuta concret și cu partea asta.

Tot în Gruparea Richest, poți lua direct legătura cu mine și ceilalți mentori ai Grupării și să postezi direct produsul pe care tu îl consideri pentru a primi o părere exacta din partea noastră și să știi clar daca merita testat sau nu.

Așa vei reuși să îți maximizezi bugetul și să nu cheltui banii pe produse care nu merita.

Doar postezi ce produs consideri tu și vei primi o părere de la noi încât să te asiguri că ai șanse cât mai mari de succes.

Recapitulăm, procesul e simplu:

Cauți produse pe eMAG, orice sare în ochi adaugi în tabel, iei produsele din tabel la rand și **vezi dacă îți place criteriile. Ce nu îți place criteriile scoți din tabel**, ce îți place criteriile rămâne în tabel și dai o nota. **La 10 produse cu notă alegi un produs pe care să îl testezi, cel cu nota cea mai mare dintre cele 10.**

Ți-am simplificat cât mai mult procesul. Hai pe treaba.

5. ALEGEREA DOMENIULUI

Acum că ai în sfârșit un produs pe care vrei să îl testezi, vreau să te felicit personal fiindcă ai progresat destul de mult și dacă ai ajuns până aici nimic nu mai poate să te oprească.

Următorul tău pas este să alegi un domeniu pe care îl vei conecta la magazinul tău online ce vă fi creat cu următorii pași.

Îți recomand să te gândești la un domeniu care să aibă legătură cu produsul ales sau macar cu categoria produsului.

Ca și câteva exemple concrete:

Dacă aș vinde un lanț cuban aș considera opțiunile - lantultau.com, lantșorul.com, lantcuban.com, lanturicuban.com, lantlucuban.com.

Dacă aș vinde un kit de gene magnetice pentru femei aș considera opțiunile -

generapide.com, geneinminute.com, geneacasa.com, genemagnetice.com, geneletale.com, aplicagene.com.

Nu îți bate capul prea mult, alege ceva simplu, o combinație de maxim 2 cuvinte, domeniul poate să fie .com, nu trebuie să fie neapărat .ro.

Ideea e să treci de pasul asta cât mai repede, nu face greșeală începătorilor de a sta o zi întreagă pe un nume inutil care nu o să determine nici macar 1% succesul pe care îl vei avea cu produsul.

Gândește ceva simplu, vezi dacă e valabil de cumpărat și treci mai departe.

Pentru a cumpăra un domeniu .com îți recomand Namecheap. Tot cu NameCheap îți voi explica și cum să conectezi domeniul cumpărat la magazinul pe care îl vei crea.

6. CONTUL DE SHOPIFY

A venit momentul să creezi un cont de Shopify - platforma prin care îți vei crea primul tău magazin online într-un mod **cât mai simplu și rapid.**

Caută acum Shopify pe Google și creează-ți un cont la fel ca pe orice alta aplicație, e un proces simplu.

Va trebui să îți introduci o adresă de email, adresă fizică și să selectezi numele magazinului care ar trebui să fie la fel ca domeniul.

7. CONECTAREA DOMENIULUI

Acum că ai contul de Shopify creat, acolo îți vei construi magazinul tău online și e tipul să conectezi domeniul pe care l-ai cumpărat de pe Namecheap.

Îți voi spune eu pașii exacti încât să îți fie cât mai simplu.

7.1. Intră în contul de Shopify și pe pagina principală ar trebui să vezi opțiunea **“Add domain”** acolo trebuie să dai click, apoi alegi să conectezi un domeniu existent **“Add an existing domain”** și acolo vei scrie exact domeniul pe care l-ai cumpărat de pe NameCheap că să poți apăsa pe butonul **“Next”**.

7.2. Intra în contul de NameCheap, în colț dreapta sus ai **“Account”** și de acolo selectezi **“Domain List”**. În dreptul domeniului tău apasă **“Manage”** și la următoarea pagina apasă pe **“Advanced DNS”**.

7.3. Vei observa pe pagina aceea un mic tabel cu cuvintele **Type, Host, Value, TTL** că și coloane ale tabelului iar tabelul ar trebui să aibă 2 rânduri introduse, în dreptul fiecărui rand apasă pe coșul de gunoi încât să ștergi orice rand din tabel.

7.4. Cu tabelul gol, apasă **“ADD NEW RECORD”** și selectează **“CNAME Record”**. La **“Host”** vei scrie **“www”** și la **“Target”** vei scrie **“shops.myshopify.com”** apoi apeși butonul save.

7.5. Apasă din nou pe **“ADD NEW RECORD”** și selectează **“A Record”**. La **“Host”** vei scrie **“@”** și la **“IP Address”** vei scrie **“23.227.38.62”** apoi apeși butonul **Save**.

7.6. Așteaptă 2 minute după ceas încât să se propage schimbările în domeniu.

7.7. Întoarce-te la pagina de Shopify și apasă pe butonul **“Verify connection”**.

Dacă primești notificarea **“Your domain was successfully connected”** înseamnă că ai urmat pașii cum trebuie.

8. ADĂUGAREA PRODUSULUI

Al 8-lea pas din procesul nostru este să-ți adaugi produsul pe care l-ai ales de pe eMAG în magazinul tău de pe Shopify.

Vei intra în contul tău de Shopify și în meniul din dreapta ai "Products". Vei apăsa apoi pe "Add Product" pentru a deschide pagina din care poți să îți configurezi produsul.

Acolo vei putea adaugă numele, descrierea care apare pe site, pozele, setezi prețul, cât și să adaugi mai multe opțiuni, mărimi, diferite culori, dacă este cazul.

Te las pe tine să te joci cu toate opțiunile de acolo și să le descoperi în detaliu. Ar trebui să fie o parte interesantă și plăcută pentru tine să îți customizezi primul produs.

Imaginile ar trebui să le iei de pe eMAG și îți sugerez să folosești minim 3, maxim 6.

Descrierea trebuie să fie una **practica**, **eficienta** și **calitativa**.

Practica - În cazul unui produs care nu aduce beneficii concrete (ex. Un Accesoriu), poți discuta în descriere despre specificații concrete, materiale, sistem prindere, etc.

Dar, în cazul unui produs care aduce beneficii reale, rezolva niste nevoi reale (ex. Corector de Postura), **discuta despre problemele pe care produsul tău le rezolva și fă-ți potențialii clienți să se imagineze pe ei înșiși folosind cu drag produsul tău, să se imagineze cu probleme rezolvate, trăind o viață mai bună.**

Eficienta - Prin asta mă refer că descrierea **nu trebuie să fie trasa de par**. Nu încearcă să adaugi și să menționezi chestii doar de dragul de a avea o descriere cât mai lungă fiindcă e greșit. **Trebuie să fie scurt și la obiect. Orice cuvânt și propoziție contează și poate afecta decizia de cumpărare.**

Calitativa - Asigura-te aici că descrierea produsului **e scrisa corect gramatical și că nu are greșeli de cuvinte**. Investește și puțin timp în a evidenția în bold anumite cuvinte sau propoziții pe care le consideri importante.

Îți sugerez să ai paragrafe cât mai scurte, de o singură propoziție, maxim 2. Totul trebuie să ofere impresia de curat, profesionalism, aerisit, calitativ și profesional.

Tot în descriere îți mai recomand și să ai o propozitie referitoare la transport, menționând faptul că produsul tău vă ajunge la client în 2-4 zile lucrătoare. Poți adăuga asta la finalul descrierii.

După cum știi deja care e procesul, atunci când se va plasa o comanda pe site-ul tău, tu vei plasa comanda pentru produsul respectiv pe eMAG, aștepti să ajungă la tine (1-2 zile), apoi trimiți direct la client (1-2 zile).

Asta e cel mai simplu proces pe care îl poți folosi până când ajungi la un minim de 5 comenzi pe zi pentru a te folosi de sfaturile pe care le-am oferit la început că să treci la nivelul următor în dropshipping.

Daca faci parte din Gruparea Richeșt acolo ai exemplu concret de descriere eficienta pentru produs inclus direct în training-ul la care ai acces 24/7 ca membru.

Un ultim sfat pe care ți-l mai ofer aici este să îți setezi neapărat prețul produsului la reducere. În contul tău de Shopify (acolo unde ți-am spus să intri că să îți editezi produsul), vei observa secțiunea **"Pricing"**.

La căsuță **"Price"** vei scrie prețul la care ai decis să vinzi produsul iar la secțiunea **"Compare at Price"** vei scrie prețul de la care produsul tău să fie redus.

Diferență dintre cele 2 vă fi reducerea care vă apărea pe site și îți recomand să folosești o reducere de 50% iar preturile să le ai scrise în .99 la final.

*Spre exemplu, daca am decis să vând produsul la **59.99 lei**, voi pune la **"compare at price"** prețul de **119.99**. Sper că ai înțeles ideea.*

9. ALEGEREA TEMEI

Următorul pas din procesul nostru este **să îți alegi tema pe care o vei folosi pe magazinul tău.**

Tema pe care o alegi vă seta efectiv design-ul magazinului, vă fi un punct de plecare încât tu să poți edita apoi detaliile și aspectul magazinului după bunul plac.

Pentru asta vei intra în contul de Shopify și în meniul din stangă apeși pe **"Online Store"** iar după pe **"Themes"**.

De acolo ai un buton **"Explore free themes"** și vei vedea singur ce opțiuni ai, **toate sunt gratuite.**

Cele pe care personal ți le sugerez sunt **Brooklyn** și **Debut**. Niste teme clasice de Shopify care nu dau gres la început, **dar poți alege orice alta opțiune de acolo fiindcă oricum vei configura lucrurile după cum vrei tu să arate.**

Tema magazinului tău o poți schimba oricând pe viitor, la început nu îți sugerez să îți bati capul și să investești în teme scumpe. Începe cu cele gratis, da start la vânzări și după poți îmbunătăți. **Nu uita că produsul face 80% din succes.**

10. CREAREA LOGO-ULUI

Pasul la care majoritatea începătorilor pierde mult prea mult timp pe ceva atât de neimportant...

Aș spune că ai nevoie de un logo și atât, lol. Dar nu ai nevoie de cel mai bun și cel mai perfect logo în niciun caz.

Daca vrei să arunci un scris cu numele pe care l-ai decis la magazin și cu font Arial iar din asta să faci logo eu aproape că îți pot garanta că nu vei da gres.

Logo-ul nu vă face nicio diferență în succesul tău deci sper să înțelegi cu adevărat asta și să nu îți bati capul.

Îți voi oferi 2 opțiuni pentru crearea logo-ului și sper să te tii și tu de cuvânt și să nu pierzi mai mult de 20 de minute pe asta.

Prima opțiune - poți face logo-ul cu Canva. Cauți pe Google și vei afla despre ce e vorba daca nu ai mai folosit deja site-ul până acum.

Ca idee, e un fel de Photoshop, dar direct online și mai ușor de folosit. **Poți selecta o planșă de logo în Canva și să îți adaugi un text, schimbi fontul, culoarea neagra.**

Apoi, poți să îl lași așa sau să adaugi ceva grafica sau iconiță care să aibă legătură cu produsul tău.

În Canva la meniul din stangă vei avea opțiunea "Elemente" și de acolo poți caută cuvinte în engleza care au legătură cu produsul tău, vei observa multe opțiuni.

Poți descarcă apoi logo-ul în format PNG din Canva, dar vă avea fundal alb daca nu cumperi Canva premium. Că să îți salvezi niste bani folosește site-ul **remove.bg și poți scoate fundalul de la logo în doar câteva secunde și **complet gratuit.****

A 2-a opțiune - Folosește-te de site-ul celor de la **NameCheap**.

Caută pe Google "NameCheap Logo Generator" și vei găsi un generator de logo-uri, **complet gratuit** și tot de la NameCheap, site-ul de pe care ai luat domeniul.

Urmează pașii de acolo, scrie numele magazinului, alege niste fonturi, culoare și eventual chiar iconiță pentru a avea un logo top în doar câteva secunde.

Poți să-mi trimiți un pupic pe Instagram că ți-am salvat ore din viață și chiar bani cheltuiți pe un logo care oricum n-ar face diferență.

Nu uita! 20 de minute, maxim.

11. CONFIGURAREA MAGAZINULUI

La pasul 9 ai ales o tema pentru magazinul tău și la ultimul pas, pasul 10, ai creat un logo care îți va reprezenta magazinul. **Cu pasul 11 vă fi nevoie să îți configurezi design-ul magazinului.**

Pentru asta vei intra în **Shopify** și din nou la **Online Store**, apoi **Themes**. Vei observa secțiunea **"Current Theme"** și acolo îți dai seama care este tema curenta pe magazinul tău. Vei observa și butonul **"Customize"** pe care trebuie să-l apeși pentru a începe să îți configurezi tema.

Indiferent de tema pe care o folosești, setările temei se împart în 2 mari secțiuni.

Prima secțiune este cea pe care o observi în stânga atunci când mergi să customizezi tema. Cea care va conține mereu **Header** ca și **prima opțiune de editare**, și **Footer** ca și **ultima opțiune de editare**.

Aceasta prima secțiune se schimbă automat în funcție de pagina pe care ești.

De exemplu, pe pagina produsului, vei avea setări diferite fata de cele care apar pe pagina principala a magazinului.

A doua secțiune din setările temei, se numește **Theme Settings**. *O găsești tot în stânga atunci când customizezi tema.*

Având în vedere că prima secțiune se schimbă de la o pagina la alta, această a 2-a secțiune, **Theme Settings**, rămâne la fel mereu.

Asta pentru că de acolo vei avea acces la setările întregii teme. Adică setările globale ale temei dacă vrei să îi spui așa.

Opțiuni pe care le poți edita, ca și font și culori, și care se schimbă pentru întreaga tema, nu doar pe pagina respectiva.

Acestea ar fi lucrurile elementare pe care trebuie să le cunoști pentru a edita tema aleasa.

După cum am menționat, setările și procesul poate fi puțin sau mai mult diferit de la o tema la alta.

Vreau să te joci singur cu toate setările pe acolo și să îți customizezi singur primul magazin așa cum ai customiza prima ta mașină direct din reprezentanta.

Pentru imagini, dacă ai nevoie, îți recomand din nou Canva. Poți crea acolo orice imagine de care ai nevoie, cu sau fără text.

12. SETĂRILE BACKEND

Ne vom ocupa acum de setările backend din Shopify. **Adică setările din spatele magazinului**, setările din Shopify care nu au legătură cu felul în care clienții îți văd magazinul când intra pe site..

Setările backend se împart în 2 categorii:

- 1. Online Store**
- 2. Settings**

Pe ambele le poți accesa din contul tău de **Shopify**. *Le poți observa în partea stânga a ecranului.*

Îți recomand să începi cu **Settings**. Acolo vă trebui să treci prin fiecare dintre secțiunile valabile și să te asiguri că totul este setat cum trebuie.

În **Settings** vei găsi opțiunile **General, Payments, Checkout, Shipping and delivery**, plus multe altele.

Dacă ești intrat în Gruparea Richest ai acolo parte de un training complex despre cum să îți configurezi setările într-un mod cât mai detaliat.

Voi încerca și în acest eBook să ofer câteva detalii despre fiecare. Ar lua mult prea mult să detaliez fiecare pas și denumire în parte.

La General vrei să adaugi câteva detalii despre magazin. Nume, adresa, număr de telefon.

Acolo vrei să schimbi și currency-ul (moneda magazinului) pe RON.

La Checkout poți edita setările checkout-ului. Cum vrei să arate checkout-ul magazinului tău și ce secțiuni vrei să includă.

La Shipping and delivery vrei să setezi metodele tale de shipping. Practic metodele de livrare pe care clientul le poate selecta la checkout. Îți recomand să ai o opțiune de livrare la prețul de 14.99 lei.

La taxe asigură-te doar că nu colectezi taxe de la nicio țară.

Și pe scurt cam asta ar fi tot. La celelalte opțiuni nu prea ai nimic altceva de editat.

Ai terminat cu Settings, poți trece acum la Online Store.

Online Store se împarte în 6 secțiuni: Themes, Blog Posts, Pages, Navigation, Domains și Preferences.

Voi încerca să detaliez pe cât posibil și aici fiecare secțiune în parte.

La Pages vă trebui să pui la punct paginile esențiale fiecărui magazin online, adică **Termeni și Condiții, Politica de Confidentialitate, Politica de Rambursare, Pagina de Contact, etc.**

Te poți inspira aici de la alte magazine din online sau dacă ești în Gruparea Richest ai exemple și paginile concrete ce trebuiesc adăugate direct în training.

La Navigation îți poți edita meniurile afișate pe magazinul tău.

Pe scurt cam asta ar fi tot. Am încercă să îți ofer detalii concrete despre cele mai importante setări ce trebuiesc schimbate la partea din spate a magazinului tău.

13. SETARE PLATA RAMBURS

Trebuie să setezi acum opțiunea de plata ramburs încât să le apară clienților la checkout și să poată selecta plata la livrare pentru comanda.

Pentru asta vei intra în contul de **Shopify** și mergi în colț stângă jos la **Settings**, apoi **Payments**.

Acolo vei vedea secțiunea **“Manual payment methods”** și din **“Add manual payment method”** schimba în **“Cash on Delivery (COD)”**.

La **“Additional Details”** vei scrie **“Plata Ramburs”** și la **“Payment Instructions”** vei scrie **“Selectează plata ramburs și vei putea plăti curierului la livrarea comenzii.”**

14. CREAREA RECLAMELOR

Îți voi explica acum despre reclame - cum să creezi reclame pentru produsul pe care l-ai ales încât să îl promovezi în online.

Îți voi oferi **2 metode** de care te poți folosi pentru crearea reclamelor tale.

Prima metoda este una complet gratuită. Poți să începi să cauți videoclipuri pe YouTube, TikTok și Instagram cu produsul tău.

Intra efectiv pe YouTube spre exemplu și caută numele produsul tău, încearcă 2-3 variante diferite de denumiri. La fel și pe Instagram și TikTok iar de pe toate platformele astea vei descarcă orice videoclip / poza de care știi că te poți folosi.

Pe YouTube e imposibil să nu găsești ceva cu produsul tău, macar un video cu care poți lucra la început pentru a face o reclama... sau macar un video cu un produs extrem de similar că al tău.

Deci cu YouTube trebuie să fii mereu asigurat, daca nu găsești nimic în 99% din situații înseamnă că nu cauți tu cum trebuie. Pe Instagram și TikTok în schimb e posibil să găsești mai rar conținut cu produsul tău, dar tot aș caută și aș descarcă orice cred că m-ar ajuta.

Cu acele videoclipuri și imagini îți vei face singur reclamele de care ai nevoie.

Cea mai accesibila aplicație de editare video, mai ales pentru începători, este InShot pe telefon. Nu o găsești pe calculator. O alta varianta, tot pentru telefon, ar fi CapCut. Tot gratuita și la fel de ușor de folosit. Alege-o pe care crezi, nu prea contează.

Poți învăța cum se folosește CapCut sau InShot din tutoriale gratuite de pe YouTube.

În Gruparea Richest ai parte de un training pas cu pas și pentru treaba asta. E vorba de o modalitate mai avansata și mai rapida de a face reclame noi pentru orice produs în doar câteva minute.

Aceasta ar fi prima metoda pe care eu ți-o ofer aici pentru crearea reclamelor. Să le creezi tu, complet gratuit.

Referitor la reclamele propriu-zise pe care ar trebui să le creezi, mă gândesc că ai prins deja ideea.

Trebuie să te inspiri de la competitori și branduri masive din nișa ta. Fiecare produs este complet diferit.

Pentru unele produse imaginile pot funcționa mai bine decât videoclipurile. **În majoritatea cazurilor totuși, videoclipurile funcționează mult mai bine decât imaginile.**

Așa că, inspira-te de la competitori, vezi ce a funcționat pentru ei și încearcă să modelezi ce a mers bine, dar să îmbunătățești chiar lucrurile pe cât posibil.

A doua metoda pe care ți-o ofer pentru crearea reclamelor este una ce necesita un mic buget.

În cazul în care nu te descurci deloc sau vrei să te miști mult mai rapid, sunt multe opțiuni de care te poți folosi pentru a crea videoclipuri special pentru dropshipping.

Un site pe care eu l-am tot folosit și mereu am avut rezultate mulțumitoare este wavingpandas.com.

Ei se ocupa bine de reclame, îți creezi un cont iar apoi vezi acolo toate detaliile și preturile fiecărui serviciu.

La început cel puțin, un site de genul Waving Pandas ți-ar putea oferi un mare avantaj fiindcă ești mult mai sigur că reclamele tale sunt bune și vei învăța cu adevărat cum ar arata niste reclame bune.

Așa te poți asigura că elimini toate părțile și că te poți concentra doar produs.

Dacă urmărești sfaturile mele, magazinul tău ar trebui să fie unul bun. Dacă alegi a 2-a metoda pentru crearea reclamelor, îți asiguri și reclame bune pentru produsul tău.

Așadar, singurul lucru care poate pica este produsul pentru că în rest ești sigur de magazin și de reclame iar după cum am spus, produsul poate avea cel mai mare impact.

Așa elimini toate variațiile din ecuație și ramai doar cu produsul care trebuie schimbat în cazul în care cevanu funcționează.

15. TIPURI DE PROMOVARE

Ai acum magazinul complet - orice persoana ar putea să intre pe magazinul tău și să plaseze o comanda. **Dar...cum ți-l găsesc?**

De unde vine traficul?

Promovarea este de fapt cea care îți vă aduce rezultatele. Produsul contează cel mai mult, asta cunoști deja.

Dar un produs bun nu se vă vinde oricum singur. Se vă vinde foarte bine dacă îi aduci trafic.

Și ai 2 mari opțiuni pentru promovare - Promovarea Organica și Promovarea Plătita.

*Îți sugerez să folosești promovarea organică doar dacă bugetul tău nu se încadrează pentru a testa mai multe produse **SAU** o folosești simultan cu promovarea plătită **DUPĂ CE** ai observat că ai un produs ce aduce vânzări.*

E important să înțelegi **diferență dintre promovarea organica și cea plătită**, pentru asta am adăugat acest pas.

Fiindcă nu e o diferență doar de buget aici, ci și de rezultate.

Daca încerci doar promovare organica spre exemplu, vei observa că în majoritatea situațiilor te vei mișcă greu și vei ajunge mai încet la rezultate.

De asta îți sugerez să folosești promovare organica doar în cazul în care nu dispui de un buget bun pentru a testa macar 2-3 produse separate **SAU în mod simultan** cu cea plătită atunci când vezi că un produs îți aduce vânzări.

Îți voi oferi în continuare - o metoda concreta de a face promovare organica unui nou magazin în online **și 2 metode de promovare plătită prin reclame.**

16. PROMOVARE ORGANICA

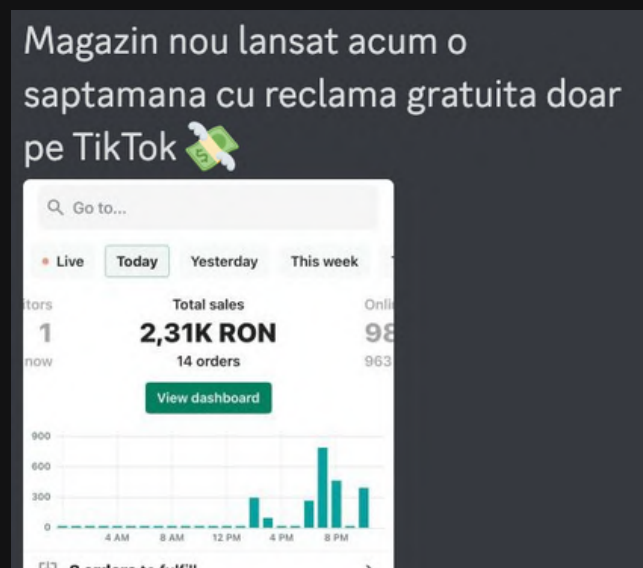
După cum sper că ai înțeles deja, promovarea organica nu necesita un buget.

Deci da, în teorie, poți începe un magazin online pe Romania și cu 0 buget și să ajungi la rezultate...sau maxim 100 de lei buget, dar nu îți recomand asta.

Nu recomand fiindcă vei ajunge prea greu la rezultate și șansele tale de succes sunt prea mici.

Chiar daca am avut nenumarate cazuri chiar în Gruparea Richest de **absolvenți care să testeze magazine de dropshipping fix cu metoda asta de promovare organica** (de asta am și decis să o ofer aici).

Cum uite Radu este doar un exemplu - după cum spune și el în mesajul postat în Gruparea Richest, **a lansat un nou magazin și într-o săptămână a ajuns la vânzări de peste 2,000 RON PE ZI cu promovare organica.**



Promovarea asta organica o vei face prin TikTok fiindcă dintre toate celelalte opțiuni și platforme din online, la curent TikTok e cea mai buna alegere pentru a ajunge la mulți oameni într-un timp cât mai scurt.

Îți voi da chiar și un exemplu concret și gratuit de magazin online ce aplica strategia asta și are rezultate destul de bune cu promovarea organică pe TikTok.

<https://www.tiktok.com/@magicstafromanian>

Deci, ideea e în felul următor - îți comanzi produsul acasă, ideal mai multe cantități iar dacă e vorba de mai multe culori, ideal să ai unul din fiecare culoare pentru a începe să faci videoclipuri pe TikTok.

Creează un cont de TikTok cu numele magazinului tău și pune la profil o poza cu produsul, nu poza cu logo-ul.

Descrierea paginii, în bio, îți sugerez să pui următorul text până ajungi la **1,000 de urmăritori** pe TikTok: "Intra pe www.SITE.com pentru a comanda la **X% reducere**".

După ce treci de **1,000 de urmăritori pe TikTok**, vei avea **opțiunea de link în profil** și acolo îți sugerez să introduci site-ul tău iar descrierea paginii să o schimbi cu: "**X% REDUCERE PE SITE EXPIRA CURÂND**".

Acum că ai contul setat și ți-a venit produsul acasă, trebuie să te pui serios pe treaba cu postatul zilnic.

Consuma zilnic conținut de pe TikTok, dar nu conținut pentru relaxare, ci în timp ce ești pe TikTok încearcă să fii cât mai atent la pagini similare cu cea din exemplul de mai sus. Pagini care promovează produse în mod organic și de la care te poți inspira.

Și vă trebui să postezi minim 3, ideal 5 TikTok-uri pe zi la orele 13:00, 15:00, 17:00, 19:00, 21:00.

Ultimul lucru pe care ți-l mai dezvălui aici (și cel mai important totodată), este **CRITERIUL MEU SECRET pentru șanse cât mai mari de a ajunge viral pe TikTok.**

Îți voi oferi **3 reguli exacte** care pe mine m-au ajutat să generez în total **peste 600 de mii de urmăritori** pe TikTok pe 2-3 conturi.

PRIMA REGULA e să te concentrezi pe **primele 2-3 secunde** ale TikTok-ului, **primele secunde sunt cele mai importante** și determină dacă oamenii rămân sau nu.

Încearcă să ai ceva șocant sau ceva ce stârnește intriga, stârnește curiozitate, ceva ieșit din comun.

Trebuie să înțelegi că fiecare TikTok care ajunge viral stârnește o emoție de la oamenii de rand care consumă conținut de pe TikTok - mereu e vorba de ceva amuzant, emoționant sau super controversat.

Daca nu stârnește discuții, fie în mod pozitiv sau negativ, nu vă reuși. Asta e realitatea în ziua de azi fiindcă asta se consuma.

Concentrează-te la maxim pe asta și învață să creezi o intriga cu fiecare TikTok postat, încă din primele 2-3 secunde.

A 2-A REGULA este să ai o **dinamica cât mai buna** la TikTok-uri fiindcă atenția oamenilor care consuma TikTok este distrusa la propriu.

În majoritatea timpului pe TikTok vezi doar chestii prostești, amuzante, certuri, chestii controversate, gagici, etc.

Deci videoclipurile tale trebuie să se integreze cumva în natura reala a TikTok-ului.

Prin dinamica buna mă refer mai concret la acțiuni rapide, tăieturi mai dese și mai rapide pe video, textul să se schimbe mai rapid, zoom-uri, etc.

A 3-A REGULA este să faci TikTok-uri cât mai scurte.

Îți sugerez să nu depășești 30 de secunde cu niciun TikTok, cu cât e mai scurt cu atât mai bine, de obicei cele între 8 și 15 secunde ajung mai ușor virale.

Deci prin asta reiese faptul că e important să tai din video orice parte care nu are sens, orice pauza în vorbire, orice moment care nu ajuta sau chiar secvențe care crezi că nu au rost să fie acolo.

Daca exista anumite parti în video care tu crezi că nu au rost, nu vor ajuta, nu vor stârni discuții, controversa, amuzament sau emoții, atunci mai bine le ștergi decât să le lași acolo - fiecare secunda contează într-un TikTok viral, nu uita asta.

Astea sunt **cele 3 reguli secrete** pe care le-am folosit împreună cu echipa mea de-a lungul timpului și mereu au dat roade.

Din cate observi, nu sunt complicate, chiar sunt simple, dar prea putini țin cont de ele iar tu poți avantaja mult din punctul asta de vedere.

Ai acum **formula concreta** pentru a pune în aplicare strategia asta și **pentru a atinge rezultate cu magazinul tău** prin TikTok-uri organice.

17. PROMOVARE PRIN TIKTOK ADS

Prima metoda de promovare plătită pe care ți-o sugerez este prin **reclame pe TikTok**.

Recomand reclamele pe TikTok în fata celor de pe Facebook în momentul de fata fiindcă au costuri mai mici și în experiență mea funcționează mult mai bine pe Romania.

Interfață de la TikTok arata foarte similar cu cea de la Facebook când vine vorba de reclame. Deci daca ai experiență deja cu Facebook Ads, îți vă fi mai ușor și pe TikTok.

Pentru a rula o campanie de reclame pe TikTok, mai întâi trebuie să ai videoclipurile pe care vrei să le promovezi în reclame.

*Pe TikTok se promovează videoclipuri și orice videoclip de pe TikTok trebuie să fie în format 16:9, adică 1080x1920. **Nu posta videoclipuri cu bara neagra sus-jos fiindcă îți vei reduce cu mult șansele de a ajunge viral.***

Deci, vei avea nevoie de câteva versiuni diferite de videoclipuri în care îți promovezi produsul. **Îți recomand 4-5 TikTok-uri diferite pentru început.**

Vor trebui și acestea postate pe un cont de TikTok de pe care să le alegi ulterior pentru a le promova.

Exista și opțiunea de a le încarca direct la ei în campanie atunci când o creezi, fără să fie nevoie să le mai pui pe un cont de TikTok, dar eu tot îți sugerez asta din mai multe motive.

Ai deja pașii exacti la metoda anterioara pentru a te ajuta să creezi și să setezi un cont de TikTok pentru magazinul tău online.

Imediat după ce postezi pe un cont toate TikTok-urile pe care vrei să le folosești ca reclame, trebuie să îți creezi un cont de reclame pe TikTok.

Mergi pe ads.tiktok.com și apasă pe butonul "Create Now".

Vă trebui să treci prin tot procesul de creare al contului și poți urma direct pașii de acolo.

După ce intri în cont vă fi nevoie să îți conectezi pixelul de pe TikTok la magazinul tău de Shopify.

Pixelul este practic un cod prin care **TikTok** își vă da seama de ce se întâmplă la tine pe site încât tu **să vezi exact cât trafic și cate vânzări ți-au venit din reclame.**

Pentru a-ți instala Pixelul de la TikTok pe magazinul tău Shopify vă trebui mai întâi să te asiguri că ți-ai setat tara pe United States în contul de Shopify, dacă o ai pe Romania nu vă funcționează.

Pentru asta vei intra în contul de Shopify, stangă jos Settings iar apoi la Store Details vei schimba adresa și vei pune o adresa exacta din Statele Unite pentru a instala aplicația TikTok pentru Pixel.

Vă trebui să aștepti ceva timp după ce schimbi adresa fiindcă nu vei putea continua imediat la următorul pas.

Așteptarea asta e diferita de fiecare data, posibil să aștepti 15 minute sau 2 ore, deci îți sugerez să verifici la fiecare 30 de minute dacă poți completa următorul pas.

Acum pentru a instala Pixelul TikTok vă trebui să intri în contul de Shopify și din meniul stangă vei apasă pe Apps și după pe "Apps" și după "Sales Channel Settings".

Pe acea pagina vei apăsa butonul "Shopify App Store" și în secțiunea de căutări din partea de sus a ecranului caută "TikTok" și deschide aplicația care are cele mai multe review-uri (peste 300).

După ce deschizi aplicația vei putea apăsa pe "Install". *Daca nu poți apăsa acel buton înseamnă că încă nu s-au aplicat schimbările adresei și mai trebuie să aștepti.*

Vei instala acum aplicația TikTok și vei urma pașii pentru a conecta magazinul tău Shopify cu acel cont de TikTok pe care l-ai creat pe ads.tiktok.com.

Aplicația TikTok după ce e setata corect te vei putea întoarce în setările contului de Shopify pentru a schimba din nou adresa pe Romania și aici finalizezi pașii pentru instalarea Pixelului de TikTok.

Te vei întoarce acum în contul tău de reclame de pe TikTok (ads.tiktok.com) fiindcă e timpul să setezi prima ta campanie și îți voi explica strategia generala și opțiunile pe care eu ți le sugerez la o campanie de TikTok Ads pentru a testa un nou produs.

Daca faci parte din Gruparea Richest să știi că ai un training deja înregistrat și complet în care vezi pas cu pas cum se crează contul de TikTok și cum setezi prima ta campanie pentru șanse cât mai mari de succes cu fiecare produs testat.

Apropo, dacă tot a venit vorba...îți recomand să investești 200-300 de lei în fiecare produs nou pe care îl testezi, nu încercă să iei decizii mai devreme de sumele astea fiindcă vă fi prea devreme.

Când ajungi la 200-300 lei cheltuiți cu noul produs atunci poți trage o mica linie și să îți dai seama dacă ești profitabil sau macar pe 0 pentru a continua mai departe, cu toate că și atunci e cam devreme, ideal ar fi să testezi un minim de 400-500 cu fiecare produs înainte de orice decizie, dar funcționează și cu un buget mai mic.

Deci vei apăsa butonul **"Create"** pentru a începe **să creezi prima ta campanie** iar pe scurt eu voi încerca să îți ofer niste pași cât mai concreți.

(Dacă te pune să selectezi modul de interfață după ce apeși pe butonul "Create" alege modul "Custom").

Vei observa că o campanie atunci când o creezi se împarte în 3 categorii - Campaign, Ad Group și Ad.

La Campaign îți sugerez să alegi Website Conversions, nimic altceva.

Pentru Ad Group îți recomand următoarele:

- Selectează Pixelul.
- La **"Select Placement"** alege doar TikTok.
- Lasă **"Custom Targeting"** selectat.
- Selectează doar Romania ca tara.
- La **"Gender"** îți sugerez să lași selectat All. Selectează doar Male sau doar Female atunci când 90% din clienți sunt doar bărbați sau doar femei. (ex. La un kit de gene magnetice aș selecta doar Female).
- La **"Age"** selectează doar 18-24, 25-34, 35-44 și 45-54.
- La **"Interests & Behaviors"** în secțiunea **"Add Interests"** alege doar o singura categorie, cea care are cea mai multa legătură cu produsul tău. (ex. Dacă e un produs pentru câini sau pisici alege Pets, dacă e un produs de sporturi și recreație selectează Sports & Outdoors.
- Ca buget începe cu 30 de lei pe zi.
- Vei apăsa apoi pe **Next**. Nu trebuie să te atingi de setările pe care nu le-am menționat.

Pentru Ad, ultima etapa a campaniei, îți sugerez următoarele:

- La **Identity** bifează opțiunea **"Use TikTok account to deliver Spark Ads"** și conectează-te cu contul de TikTok pe care ai postat videoclipurile pe care vrei să le folosești ca reclama așa cum ți-am sugerat mai devreme.
- La secțiunea **"Post"** vei apăsa pe **"TikTok Post"** și vei selecta din prima toate cele 3-5 videoclipuri pe care le-ai postat pe cont și vrei să le folosești ca reclame. Vei apăsa apoi **"Confirm"** și vei observa pe partea dreapta că acum ai mai multe Ad-uri diferite.
- Mergi pe fiecare **Ad** din partea dreapta și la secțiunea **"Destination Page"** vei introduce **pagina produsului tău** de pe site la **"URL"**.
- În final, apăsa **"Submit"** și publica campania ta.

*Ai învățat acum **de la A la Z** cum să îți setezi contul de TikTok, cum să instalezi Pixelul pe magazinul tău de Shopify și cum să creezi o campanie de reclame pe TikTok, **pas cu pas**.*

*În cazul în care tot procesul te depășește și ești în **Gruparea Richeșt**, să știi că ai acolo **inclus în training complet pentru TikTok Ads**. Poți vedea exact și pas cu pas cum se setează un cont de TikTok și o campanie corectă.*

Ca o strategie generală, **vei vrea să lași acea campanie să ruleze macar 7 zile** încât să cheltuie peste 200 de lei fără macar să o atingi.

Dacă la 200 de lei cheltuiți nu ai nici macar o singură vânzare cu produsul îți sugerez să închizi campania și dacă ai făcut cum trebuie reclamele și magazinul, atunci produsul ar trebui schimbat.

Dacă la 200 de lei ai macar o comanda atunci rulează încă 5 zile fără să atingi nimic și la finalul celor 12 zile tragi linie și vezi cât de profitabil ești pentru a da drumul la mai multe reclame.

18. PROMOVARE PRIN FACEBOOK ADS

A 3-a și ultima metoda de promovare pe care ți-o ofer pentru un magazin online pe România este promovarea prin **reclame pe Facebook**.

Poți folosi metoda asta în mod simultan cu TikTok Ads dar evident că bugetul tău trebuie să fie dublu.

O strategie foarte buna e să lansezi fiecare produs pe ambele platforme, și pe TikTok Ads, dar și pe Facebook Ads în același timp fiindcă asta te va ajuta să te miști mult mai rapid și totodată vei avea șanse mai mari de succes.

Daca nu îți permiți un buget mai mare îți sugerez să lansezi produsul doar pe TikTok Ads și după pe Facebook Ads.

Aici lucrurile sunt similare ca pe TikTok Ads, dar îți voi explica pe scurt ce trebuie să setezi, iar apoi ce strategie generala ar trebui să ai pentru promovarea ta, așa ca și un ultim pas.

În primul rand vă trebui să creezi o pagina noua de Facebook de pe care vei promova magazinul tău.

Intra pe facebook.com/pages/create/ și creează o noua pagina de Facebook.

Pune numele magazinului, logo-ul, poza de cover nu prea contează, dar poți alege ceva cu produsul și în rest celelalte setări sunt doar detalii.

Vei avea nevoie de pagina asta mai târziu.

Acum vei intra în contul tău de Shopify și vă trebui **să instalezi aplicația Facebook**. Din partea stângă a meniului alege **"Apps"** și după **"Sales Channel Settings"**.

Pe acea pagina vei apăsa butonul **"Shopify App Store"** și în secțiunea de căutări din partea de sus a ecranului caută **"Facebook & Instagram"** și deschide aplicația care are cele mai multe review-uri (peste 3,000).

După ce deschizi aplicația vei putea apăsa pe **"Install"**. **Vei instala aplicația Facebook și vei urma pașii pentru a conecta magazinul tău Shopify cu Facebook.**

Așa îți vei conecta și Pixelul de pe Facebook și vei vedea exact pe fiecare reclama cât trafic ți-a intrat pe magazin și cați au cumpărat.

Daca simți că te lovești de prea multe obstacole să știi că ai inclus un training complex în Gruparea Richest.

Acolo poți vedea **pas cu pas direct pe înregistrare** cum se creează și setea contul de Facebook, cât și întregul proces de creare al reclamelor pe care am să ți-l detaliez mai jos cât pot de mult în scris. *Unele lucruri totuși le înțelegi mult mai bine daca ți le și arat, nu doar să încerc să-ți explic prin text.*

Vei intra acum pe business.facebook.com/adsmanager pentru a-ți accesa contul de pe care vei crea reclame.

Deci vei apăsa butonul **“Create”** pentru a începe să creezi prima ta campanie, iar pe scurt eu voi încerca să îți ofer niste pași cât mai concreți.

Vei observa că o campanie atunci când o creezi se împarte în 3 categorii - Campaign, Ad Sets și Ads.

La Campaign îți sugerez să alegi Sales, nimic altceva.

Pentru Ad Set îți recomand următoarele:

- Selectează Pixelul și alege Purchase ca și **“Conversion Event”**.

- Selectează doar **Romania** ca țară.

- La **“Age”** alege **18-54**

- La **“Gender”** îți sugerez să lași **selectat All**. Selectează doar **Male** sau doar **Female** atunci când 90% din clienți sunt doar bărbați sau doar femei. (ex. La un kit de gene magnetice aș selecta doar Female).

- La **“Detailed Targeting”** îți sugerez să cauți un cuvânt în engleza care are legătură cu produsul tău (*atunci când selectezi interesul vei observa în partea dreapta a ecranului la “Estimated audience size” ca îți va arata o sumă aproximativă a populației pe care o vei ținti. Îți sugerez ca acest Estimated Audience Size să fie peste 300,000*)

- Ca budget îți recomand **30 de lei pe zi**.

Pentru Ads, ultima etapa a campaniei, îți sugerez următoarele:

- La **“Facebook Page”** îți vei selecta pagina de Facebook pe care ai creat-o pentru magazinul tău.

- La **“Ad Setup”** selectează **“Create Ad”** iar la **“Format”** selectează **“Single Image or Video”**.

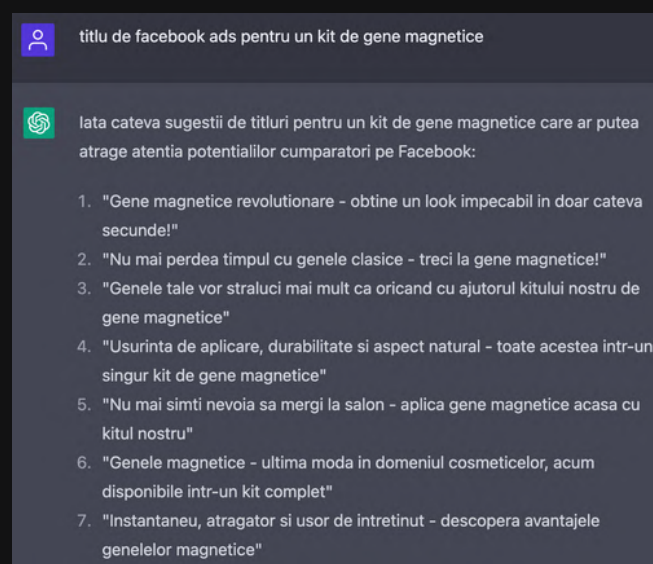
- La **“Ad Creative”** vei încarca imaginea sau videoclipul pe care vrei să îl promovezi.

- La **“Primary Text”** îți sugerez să ai un titlu de **o propoziție, maxim 2 care să vanda produsul** pe care tu îl promovezi...iar aici îți voi oferi ceva super interesant.

Poate ai mai auzit de Chat GPT, ne vom folosi de asta. Vei intra pe chat.openai.com și îți vei crea un cont cu Google.

Acolo pe chat poți întreba orice și vei primi un răspuns, unul bun chiar. Gândește-te că e un fel de robot care îți poate raspunde la orice întrebare. Dar eu te voi învăța cum să îl folosești în situația asta.

Să spunem că vreau un titlu pentru un kit de gene magnetice, asta l-am și întrebat și am primit 7 variante dintre care pot alege unul.



Personal, aș alege varianta prima varianta și așa am făcut rost de un titlu convingător pentru reclamele mele de pe Facebook. La fel poți proceda pentru orice alt produs.

- La **"Headline"** îți recomand să ai numele produsului și reducerea (ex. **"KIT GENE MAGNETICE 50% REDUCERE"**)

- La **"Call to Action"** selectează **"Shop Now"**

- La **"Destination"** vei selecta **"Website"** iar la **"Website URL"** îți recomand să pui link-ul din site care duce direct la produsul pe care tu îl promovezi.

- Vei apăsa apoi **"Publish"** și îți vei publica prima ta campanie pe Facebook.

*Acel Ad pe care tocmai ce l-ai creat poți să îl duplici de mai multe ori. Mergi cu mouse-ul pe el și apasă **"Duplicate"** pentru a schimba imaginea sau videoclipul. În rest, poți lasă același Primary Text, Headline și celelalte setări exact la fel.*

Îți sugerez să testezi 3-4 imagini/videoclipuri diferite pentru fiecare produs. Deci, la fel ca și pe TikTok, structura campaniei tale ar trebui să fie în felul următor:
Campanie -> Ad Set -> 3-4 Ad-uri cu imagine sau videoclip diferit.

*Ai învățat acum **de la A la Z** cum să îți setezi contul de Facebook, cum să instalezi Pixelul pe magazinul tău de Shopify și cum să creezi o campanie de reclame pe Facebook, **pas cu pas**.*

19. OPTIMIZAREA ȘI SCALAREA

Indiferent de metoda de promovare pe care alegi să o folosești, voi încerca să îți mai ofer ceva sfaturi generale referitoare la promovare.

Perspectiva pe care ar trebui să o ai asupra promovării produsului tău, este una în 3 stagii.

Primul stagiul tine de testarea reclamelor.

Inițial vrei să testezi reclame diferite ale produsului în timp ce îți dai seama dacă produsul aduce sau nu vânzări.

Prin asta, nu numai că îți vei da seama de produs în sine, dar și de reclamele folosite.

După cum știi deja, îți recomand să folosești 3-4 reclame diferite ale produsului tău pentru a putea studia apoi rezultatele și a îmbunătăți lucrurile.

Stagiul al 2-lea este să studiezi rezultatele obținute. Rezultate în care ai investit ceva din bugetul tău de reclame.

În stagiul 2 deja ar trebui să iei o decizie dacă poți continua sau nu cu produsul. Vezi dacă aduce vânzări și dacă ar potențial.

Este destul de probabil să nu fii profitabil la început.

De profitabilitate te ocupi mai mult în stagiul 2, aici vrei să studiezi rezultatele obținute și să începi îmbunătățirea lucrurilor.

Pe scurt, cele mai importante 2 lucruri pe care le poți îmbunătăți sunt AOV-ul și reclamele produsului.

Să le luam pe rând.

AOV-ul tine de îmbunătățirea magazinului și înseamnă Average Order Value (Valoarea Media a Comenzii).

Ca și exemplu, dacă vinzi un produs de 60 de lei, AOV-ul tău vă fi undeva la 60 de lei.

În schimb, dacă vinzi un produs de 60 de lei și mai oferi încă un alt produs complementar la 15 lei ca exemplu, pe lângă cel principal, AOV-ul tău vă crește spre 75 de lei.

Vrei să te concentrezi la maxim pe acest AOV (valoarea medie a comenzii), prin adăugarea mai multor produse pe care să le poți vinde împreună cu cel principal.

Acest AOV poate face o mare diferență în profitabilitatea magazinului tău. Printr-o singura optimizare de genul poți ajunge de la 0-5% profitabilitate la 10-20%.

Al doilea lucru, **reclamele produsului.**

Vrei să te concentrezi pe cât posibil și pe aceste reclame.

Să studiezi dintre cele 3-4 testate inițial, ce reclama funcționat cel mai bine, iar apoi să începi să te concentrezi mai mult pe ce funcționează bine.

Testează reclame noi care sunt în același stil cu cea ce funcționează cel mai bine.

Obiectivul tău cu reclamele este să dai de reclame noi ce funcționează mai bine decât cele actuale.

În concluzie, în al 2-lea stagiu vrei să te studiezi rezultatele primite și să încerci să te concentrezi cât mai mult pe îmbunătățirea AOV-ului și a reclamelor.

Trecând în stagiul al 3-lea, aici deja ar trebui să fii serios pe profit.

Practic nu ar trebui să poți intra în stagiul 3 fără să fii pe profit.

Stagiul 3 tine de scalare doar că nu ai cum să scalezi dacă nu ești profitabil.

Obiectivul tău este să ajungi în primul rând pe profit, iar apoi să încerci să scalezi.

Scalarea poate fi efectuată sub multe strategii, iar dacă ești în Gruparea Richest te așteptam la apelurile săptămânale cu mentorii încât să discutăm împreună și să îți oferim un plan personalizat pentru o scalare cât mai eficientă.

Dar ideea principală este să te concentrezi mai mult pe ce funcționează deja.

În încheierea domeniului de dropshipping afiliat ca apreciezi munca depusă, valoarea oferită și pașii concreți.

Arata-mi asta prin acțiune și prin rezultate pe care mi le poți trimite pe Instagram.

Dacă ești pregătit să treci la nivelul următor te aștept și în Gruparea Richest.

Poți verifica direct pe richest.ro dacă mai sunt locuri disponibile la reducere încât să profiți de un preț cât mai bun.

Îți recomand acum să sari peste celelalte domenii, având în vedere că dropshipping-ul a fost cel potrivit tie.

Te aștept la pagina 82 unde vei găsi o încheiere a cărții.

TRADING

Personal, nu am așa multa experiență în Trading și nu îmi place să ofer sfaturi despre ceva ceea ce nu știu cu certitudine că a funcționat și pentru mine.

Tocmai de asta, pentru a vă oferi vouă o direcție cât mai bună și concreta, am luat legătură cu mentorii din Gruparea Richest pe domeniul de Trading - Vasy și Mina.

Mina are experiență de peste 2 ani, e acum trader full time și a reușit să genereze peste \$150,000 în profit de când s-a apucat.

El în Gruparea Richest îți oferă analize tehnice, semnale copy paste și răspuns la orice obstacol sau nelămurire pe care ai avea-o.



SIGNAL-ALERT BOT Today at 2:06 PM
@everyone
EGLD ruleaza in profit



SIGNAL-ALERT BOT Today at 6:26 PM
@everyone
Take profit 1 pe egld 🌟😊

+ | Message # 📄 | semnale-trading




Raul Today at 4:21 AM
O analiza reusita astazi datorita tutorialelor lui @Mina 📈, pacat ca nu o ajuns pretu la entry-ul meu , poate data viitoare





Lomuky 🌟🌱 Today at 1:22 PM
Am luat un trade bazat pe semnal





Minas 📈🌱 Today at 12:19 AM
Acum am închis ultimele parțiale de pe Semnalul pe BTC și închei ziua cu 3k USD Profit 🚀🌱

Profit	
-489.90	×
2 249.13	×
1 055.60	×
190.65	×
2 946.56	

Si l-am inchis



BINANCE FUTURES

SHORT | 125x | BTCUSDT Perpetuu

+ 448.99%

Entry Price **17772.12**

Last Price **17155.90**

Pașii și sfaturile pe care am să ți le ofer sunt primite direct din partea mentorilor care cu asta se ocupa, zi de zi.

Trebuie să înțelegi de la început că trading-ul poate fi de foarte feluri și practicat în foarte multe variante.

Totodată, fiecare tip de trading are multiple strategii.

Nu am să stau să îți detaliez aici toate tipurile de trading și nici strategiile fiecăruia fiindcă nu are rost, nici pentru tine și nici pentru mine.

O să primești în continuare tipul de trading și strategiile care sunt cele mai potrivite pentru un începător, având în vedere bugetul și experiență.

Așa îți vei asigura cele mai mari șanse de succes. Se aplica aici aceleași sfaturi pe care ți le-am oferit la alegerea domeniului. Trebuie să îți alegi cu atenție direcția, altfel îți poate fi de 10 ori mai greu să chiar imposibil să atingi rezultate.

Noi ne-am asigurat pentru tine că vei avea parte aici de direcția cu cele mai multe șanse de succes.

O întrebare foarte înaltnita a începătorilor în trading este “De ce nu fac profit?”.

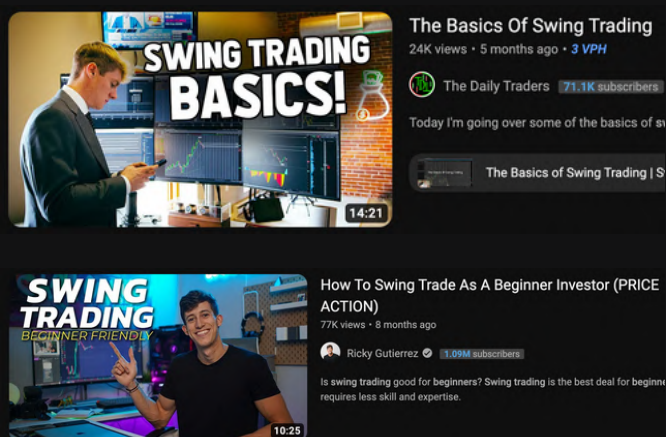
Răspunsul e unul simplu - Cel mai probabil nu folosești strategia corectă sau nu folosești corect strategia potrivită. Totodată, e foarte posibil să nu ai un mindset corect și ești afectat constant de emoții. Nu aștept prețul în punctele de interes și nu ai un risk management bine pus la punct.

5.1. BAZELE ÎN TRADING

Primul pas este să te documentezi mult mai bine despre bazele din trading.

Sunt multe denumiri, cuvinte și expresii pe care nu le vei înțelege niciodată dacă nu oferi puțină atenție acestor lucruri direct de la început.

Pentru o direcție și mai bună îți vom recomanda mai jos 2 videoclipuri de pe YouTube.



Trading-ul este, la mod general, de 3 tipuri: SWING, SCALPING și INTRA-DAY.

Pentru un începător, **SWING Trading-ul este cel mai potrivit** fiindcă se face pe time frame-uri mari, adică pe perioade mai lungi de timp.

Asta te avantajează fiindcă perioadele lungi dictează modul în care se mișcă piață și pe perioadele mici. Deci poți să fii mai sigur de intrările și ieșirile tale din piață.

Totodată, poți face trading atât pe Crypto cât și pe Forex. Aici ai diferite platforme de tranzacționare pe care le poți folosi, dar îți vom recomanda câteva.

Pentru crypto trading, exchange-ul cel mai de încredere și cu taxe mici este **Binance**. Însă, că și o alternativă la fel de safe ai **Bybit**.

Pentru forex, ai nevoie de un **broker** și de o platforma de tranzacționare. **Ca brokers** recomandarile sunt **Oanda** și **IC Markets**, iar ca platforma cea mai bună alegere ar fi **MetaTrader 4**.

5.2. CONTUL DE TRADING

Contul se creează la unul dintre brokerii recomandați și vă trebui să îi faci o verificare cu datele personale și buletinul.

Vei introduce apoi numărul de logare și parola pe **MetaTrader 4** în momentul în care deschizi aplicația sau la **"Adaugă cont"** în stangă sus.

Pentru a te ajuta cu procesul de setare a contului poți cauta următorul videoclip pe YouTube și **vei învăța pas cu pas cum să crezi un cont de broker și MT4.**



La crearea contului îți recomandam să alegi **Raw Spread** și **Levier** de 1:100.

5.3. STRATEGIA DE TRANZACȚIONARE

Trecem acum la lucruri mai serioase - strategia de tranzacționare.

Oricine poate să învețe bazele în trading și să își creeze un cont de broker, dar cei mai mulți eșuează când ajung la practica fiindcă aici vine de fapt greul.

Un mentor te poate ajuta enorm pentru că îți scurtează procesul de învățare și te ajuta să ajungi la rezultate de 10 ori mai rapid.

Daca faci parte din Gruparea Richest îți sugerez să studiezi strategiile de tranzacționare oferite acolo fiindcă poți învăța pas cu pas cum să faci singur propriile analize pe piață.

Totodată, îți sugerez cu tărie ca la început, pe lângă analizele proprii **să te folosești de semnalele oferite de mentorul Mina direct în Grupare.**

Ai certitudinea că acele semnale au fost bine analizate și că au o rata mare de succes.

Cu un grup bun de semnale ca și Gruparea Richest poți învăța mult mai ușor cum să ajungi la profitabilitate în trading, plus că îți vei menține un venit constant doar din semnale.

Strategia de tranzacționare pe care noi o recomandăm este ICT (inner circle trader).

Practic, strategia asta se bazează pe modul în care instituțiile financiare manipulează piața valutare și zonele de interes. A fost testată timp de ani buni și a atins succes pe termen lung.

Deși e o strategie foarte complexă și mai greu de învățat, e o strategie care după ce o înveți corect îți garantează profitabilitatea în orice piață valutara.

Nu are rost să începi cu o strategie simplă, iar după să schimbi, trebuie să pleci de la bun început cu strategia potrivită și asta e un alt motiv pentru care nu ți-am oferit alte strategii și nu ți-am umplut capul cu multe alte tipuri și metode de trading.

Atunci când schimbi strategia o idei practic de la 0. De asta vrei să pornești direct cu strategia potrivită.

Strategia ICT se aplica direct pe chat-urile cu candelile din Trading View sau MetaTrader 4. Cu doar câteva tool-uri simple pe care le observi atunci când deschizi aplicația.

Se începe cu analiza structurii mulți-timeframe, marcarea ineficiențelor, a zonelor de lichidare, a punctelor de interes, a sesiunilor, ruperile structurale, schematicile, divergentele și pragurile psihologice sau instituționale.

Identifica intervalul de timp în care vrei să tranzacționezi. Strategia asta se aplica de obicei unor intervale de timp mai scurt, cum ar fi graficele de 5 sau 15 minute.

Alege instrumentul financiar pe care vrei să îl tranzacționezi și identifica apoi nivelurile cheie de suport și rezistență pe grafic.

În acele niveluri prețul activului s-a străduit să pătrundă în trecut și e probabil să acționeze ca barieră în viitoarele mișcări ale preturilor.

Caută mai departe candles care se formează aproape de nivelurile cheie de suport și rezistență pentru a intra în tranzacții.

După cum ți-am zis, trading-ul în general este un domeniu complex, dar și strategia asta.

Rezultatele sunt și pe măsură, dar la acest domeniu, mai mult ca la celelalte îți sugerez cu tărie să investești în mentori, training-uri și apeluri regulate cu cineva mai experimentat.

Fie că faci asta prin Gruparea Richest sau nu, eu doar vreau să îți ofer cele mai bune șanse de succes. Fiind un domeniu mai avansat, educație trebuie aplicată și ea la un nivel mai ridicat (asta e și unul dintre motivele pentru care ți-am sugerat să ai un buget de macar 1000 de lei pentru a începe trading).

Sunt foarte multe detalii și complexități pe care trebuie să le înveți în trading, **multe situații și întâmplări care nu pot fi explicate nici într-o carte de 500 de pagini.**

Pentru asta ai nevoie de cineva mai experimentat ca tine care să poată intra pe un apel săptămânal și să îți explice specific unde ai greșit și cum poți să te îmbunătățești.

Și poți face asta prin Gruparea Richest sau un alt serviciu pe care îl găsești. Pentru mine e indiferent, dar macar să iei asta în considerare.

Pentru aplicarea strategiei ICT, cele mai întâlnite greșeli sunt în identificarea lichidității și limitarea la puține time frame-uri.

Dar și tranzacțiile fără a lua în considerare sesiunile de tranzacționare fac parte dintr-o altă greșală des întâlnită cu strategia asta.

5.4. ASIGURA-TE CĂ AI MINDSET-UL CORECT

Un alta pas important din întreaga formulă este **să te asiguri că ai mentalitatea corectă pe parcursul fiecărei tranzacționări și că nu te lași afectat de emoții.**

Cel mai probabil ai mai auzit asta, dar **cei care chiar au succes în trading au reușit cu mult înainte să aibă un control extrem de bun al emoțiilor.**

Iar asta vine evident prin experiență și multa practica, nu peste noapte.

Dar pentru a-ți crește șansele de succes încearcă să ieși asta în calcul și să înțelegi că nu e doar o vorbă, ci o treaba extrem de serioasă și un pas critic din proces.

Pentru a te ajuta mai mult îți voi oferi și eu câteva sfaturi mai concrete.

Pentru a nu fi afectat de emoții trebuie să știi mai exact ce emoții te pot afecta, înainte să începi orice tranzacționare.

În timp vei înțelege mult mai bine care e logica instituțiilor din spatele fiecărei mișcări în piață și vei avea o încredere și un mindset mult mai bine format.

Pentru controlul emoțiilor, cel mai bun sfat practic **este să pornești tranzacționarea cu un cont demo și să treci la unul real de abia după ce reușești să fii profitabil pe demo cu o suma de 100-200 USD.**

Cu o suma mai mică nu vei putea pastra un **risk management bun**, mai ales la **scalping** unde vă trebui să intri cu un **nano lot**.

5.5. TRECEREA LA UN CONT REAL DE TRANZACȚIONARE

După cum ți-am menționat deja, vei face trecerea la un cont real de tranzacționare **după ce reușești să fii profitabil pe contul demo cu o suma de 100-200 USD** și asta e următorul pas pe care îl înțelegi de la sine, nu trebuie explicat prea mult.

Important e să ajungi până aici, pasul asta e simplu.

*Doar vei intra în **MetaTrader 4** și vei alege opțiunea **"Open an Account"** apoi **"Real Account"**.*

Continua cu pașii de acolo și vei trece pe un cont real de tranzacționare unde îți sugerez să **începi cu un capital de aproximativ 1,000 de lei.**

Chiar dacă ești încrezător și vrei să începi cu mai mult, **îți recomand aceeași suma, dar să o crești treptat.** Asta e și ultimul pas al nostru.

5.6. CÂND ȘI CUM SĂ MAJOREZI CAPITALUL DE TRANZACȚIONARE

După ce atingi timp de 3 luni un target de 15% din contul real atunci îți recomand să mărești contul la \$10,000, practic cu 15% vei putea face \$1,500 lunar pe contul demo.

Ca și alternativa în cazul în care nu exista capital, poți avea conturile funded. Un cont de \$10,000 îl poți accesa cu o taxa de examinare de \$83.

Din profitul făcut pe acest cont poți face propriul cont în timp pentru a evita taxele impuse de Prop Firm (firma finanțatoare).

Un cont funded este un cont oferit de firme finanțatoare în urma unor task-uri, practic challenge-uri în care le dovedești că ești capabil să faci profit pe acel cont.

Task-urile astea le faci pe demo, iar după vei putea primi și un cont real cu finanțare din care vei putea retrage doar profitul.

Poți accesa un cont de la orice firma de prop funding, recomandam MyForexFunds cu taxa de examen.

Daca te afli în Gruparea Richest ai parte acolo de și de susținere și ghidare pentru a pune mana pe un cont cu finanțare de până la \$10,000 și chiar mai mult, încât să ajungi la câteva mii de dolari profit din trading pe luna, într-un timp cât mai scurt.

Te așteptam dacă ești pregătit să treci la nivelul următor.

Poți verifica direct pe richest.ro daca mai sunt locuri disponibile la reducere încât să profiți de un preț cât mai bun.

Îți recomand acum să continui cu finalul cărții pentru ultimul pas pe care ți-l ofer în acest eBook Gratuit.

ULTIMUL PAS DIN CARTE

Indiferent de domeniul care ți s-a potrivit și pe care l-ai parcurs, acum ai pașii specifici și strategiile exacte pentru a ajunge la rezultate în acel domeniu.

Atât timp cât ți-ai ales domeniul potrivit tie și ai aplicat corect formula oferita, îți vă fi critic să aplici acest ultim pas pentru a ajunge cu adevărat la rezultate.

Te-am învățat la început de ce e important să îți alegi domeniul potrivit și cum să faci asta într-un mod specific și cu o formula exacta care să nu dea gres.

Apoi ți-am oferit pașii exacti pentru domeniul care ți s-a potrivit...dar mai exista un ultim pas.

Un ultim pas care se aplica indiferent de domeniul care ți s-a potrivit dintre cele 3.

Trebuie să treci la acțiune și să nu te mai uiți înapoi până nu ajungi la rezultate.

Nu stiu sigur daca chiar înțelegi cum trebuie...**dar tu ai acum formula perfecta și cea care îți oferă cele mai bune șanse de succes.**

Fiindcă ți-ai ales domeniul potrivit tie în funcție de buget, experiență și timp, iar apoi ai primit toți pașii necesari pentru a atinge rezultate în acel domeniu.

Nu îți mai lipsește nimic și îți este garantat deja să ai șanse maxime de succes.

Nu ai cum să fii într-o poziție mai buna și mai potrivita ca asta.

Deci cea mai mare greșeală pe care o poți face acum este să nu aplici sau să renunți mult prea devreme.

Ești acum conștient că ai cele mai bune șanse de succes și că mai bine de atât nu se poate, deci treci la treaba, începe să acționezi și nu te mai uita înapoi până nu atingi rezultate în acel domeniu.

Și îți recomand cu tărie să investești în educația ta, indiferent de metoda prin care alegi să faci asta. Investește în cursuri, apeluri, dar mai ales mentorate.

Personal, îți spun sincer că niciodată nu am regretat după ce am investit într-un curs sau ceva similar, chiar daca a fost unul mai slab decât îmi imaginam.

Singurul lucru pe care l-am regretat a fost că nu am investit mai devreme.

Iar cele mai bune investiții ale mele au fost în mentorate. Cel mai mult a evoluat atunci când am luat direct legătură cu oameni mai experimentați decât mine și de asta am organizat același lucru și cu Gruparea Richest.

Sincer îți spun, pentru mine nu face o diferență dacă alegi tu să ieși sau nu abonament în Gruparea Richest..doar sunt 150 de lei.

Dar pentru tine poate să facă o imensă diferență datorită informațiilor și a strategiilor pe care le primești acolo.

Fie că alegi Richest sau nu...alege macar să investești în orice altceva fiindcă și eu personal am investit până acum peste \$20,000 în cursuri și mentorate, iar singurul lucru pe care l-aș regreta ar fi că nu am investit și mai mult.

Informația îți oferă putere dacă o și aplici, și vei înțelege până la urmă că rezultatele pe care încă nu le-ai atins sunt din cauza că nu cunoști strategiile care îți pot aduce acele rezultate...se aplica indiferent de domeniu.

Ai observat că poți învăța extrem de multe lucruri și printr-un eBook gratis sau videoclipuri gratis de pe YouTube...dar sincer îți spun că eBook-ul asta face o mare excepție de la regulă.

Spune-mi tu un alt eBook GRATUIT care să ofere atât de multe informații și strategii, totul într-un mod atât de bine organizat și potrivit începătorilor.

Eu unul nu am mai găsit.

Deci e o excepție de la regulă fiindcă mie mereu mi-a plăcut să ofer informații de nivel înalt chiar și gratuit uneori, chiar dacă eu am investit mii de dolari pentru a face rost de ele.

De asta trebuie să înțelegi că informațiile plătite îți pot scurta totuși drumul de 10 ori și te pot ajuta să ajungi la rezultate de 3 ori mai mari.

Și nu uita...apuca-te să acționezi și nu mai privi înapoi până când nu ajungi la rezultate.

Le aștept pe Instagram, scrie-mi acolo și da-mi follow pentru că postez pe story frecvent informații valoroase și multe surprize.

ÎNCHEIERE.

Pentru a marca finalizarea acestui eBook, vreau să faci următorul lucru - **decide să fii un rechin al afacerilor.**

Un rechin căruia nu îi pasa de împrejurimi, situații și păreri alora. Un rechin care e pregătit de acțiune în orice moment. Un rechin gata să acționeze și să facă orice pentru a-și atinge obiectivele. Un rechin flamand și extrem de periculos.

Sper că ai apreciat munca depusa aici fiindcă am avut nopți nedormite în mod consecutiv pentru a perfecționa zi și noapte informațiile oferite gratuit aici.

Aprecierea ta mi-o poți arata prin rezultate. Le aștept pe Instagram.

Iar dacă nu ai făcut-o deja, asta e ultimul moment în care poți da un share acestui eBook pe story pentru a răspândi mesajul și pentru a-ți arata aprecierea și respectul fata de munca depusa. Nu uita să-mi dai un tag la @andrei.valentin că să te reposez și eu.

Te aștept în Gruparea Richest pentru a te alătură sutelor de absolvenți care au atins rezultate alături de mentorii Grupării. Verifica acum pe richest.ro dacă încă poți beneficia de ultimele locuri la reducere.

Pentru mai multe rezultate ale absolvenților Richest poți verifica richest.ro/rezultate.

Iar pentru mai multe informații gratuite, caută-mă pe Instagram, YouTube și TikTok.

Îți voi lăsa mai jos 3 dintre preferatele mele videoclipuri de pe YT.



CUM M-AU SCHIMBAT BANII DUPA PRIMII \$100.000



PARINTII SARACI m-au ajutat sa fac 1 MILION de EURO



Am Facut PRIMUL MILION si Am Aflat SECRETUL